ADTIMING

2020年中全球手游研究报告

AdTiming 企划部

VISIT…

LANZAROTE Caliente.COM

BEST TIMING FOR ADS.

作为亚太地区领先的移动广告聚合平台(Mediation Platform)，**AdTiming**以大数据为基础结合AI算法，通过前沿的技术与全方位的专业服务为国内外广告主与开发者提供优质的移动营销解决方案，AdTiming现已对接全球**30多家AdExchange平台**，业务覆盖**200多个国家和地区**，为**2,000+全球广告主及开发者**提供服务，囊括游戏、电商、社交、工具等各品类。

AdTiming基于行业领先的双循环标签体系(AdTiming DUO)以及多达**300,000+数据标签**的受众细分技术(Audience Segment)，帮助广告主精准及时的触达全球用户，帮助开发者把握时机实现超出预期的变现收益。



200+
业务覆盖全球200多个国家和地区



2,000+
广告主与开发者合作伙伴



300,000+
用户广告数据标签

ADTIMING

报告说明

1. 分析方法：本报告综合数据分析和案头分析而成，结合我司购买的数据并参考全球著名市场调研机构公开报告、手游媒体渠道和公开报道等第三方资料。

2. 报告目的：以全球23个地区为对象，对2020年上半年手游市场发展现状做总结，手游发展方向做预测，为手游出海的开发者提供市场方向。

3. 选取地区：本报告在全球范围内选择23个地区，覆盖美洲、欧洲、亚洲、非洲和澳洲，并划分为T1、T2、T3、T4四大梯队，具体地区详见右表。

4. 样本说明：针对2020年上半年（2020HY1）iOS和Android连续6个月Top30手游进行随机抽样（Base=16,560），删除无效游戏样本之后，有效Top30手游Sample=2,062。

5. 游戏分类：本报告参考市面游戏分类，并通过深度体验划分每款游戏的游戏核度与核心玩法，其中游戏核度主要考虑游戏的变现方式（IAA、IAP）；核心玩法主要基于Gameplay去划分，会出现融合玩法的情况。

梯队分层	国家	国家代码	2019游戏营收（亿美元）
T1（游戏大盘≥20亿美金，eCPM≥3刀）	中国	CHN	365
	美国	USA	355
	日本	JPN	190
	韩国	KOR	62
	德国	DEU	60
	英国	GBR	56
	法国	FRA	41
	加拿大	CAN	28
	意大利	ITA	27
	西班牙	ESP	27
	澳大利亚	AUS	20
T2（游戏大盘＜20亿美金，eCPM≥3刀）	台湾	TWN	-
	芬兰	FIN	-
	沙特	SAU	7.6
	俄罗斯	RUS	18
T3（游戏大盘＜20亿美金，eCPM＜3刀）	印尼	IDN	-
	墨西哥	MEX	18
	巴西	BRA	16
	印度	IND	15
	越南	VNM	-
	土耳其	TUR	8.3
T4（整体出海环境较差，eCPM＜3刀）	尼日利亚	NGA	-
	埃及	EGY	-

* 梯度说明：综合游戏营收、eCPM划分为T1、T2、T3、T4四大梯队，其中eCPM为2020年5月iOS、Android双平台上激励视频和插屏广告的均值。
* 数据来源：游戏营收数据来源于Newzoo的《Global Games Market Report 2019》，“-”为无数据。

BEST TIMING FOR ADS

ADTIMING

ADTIMING

目录

01 2020全球游戏 宏观环境

02 2020全球游戏 细分赛道

03 2020手游各赛道 细分玩法

04 2020手游各赛道 融合玩法

05 2020上半年手游发展 T1地区

06 2020上半年手游发展 T2地区

07 2020上半年手游发展 T3地区

08 2020上半年手游发展 T4地区

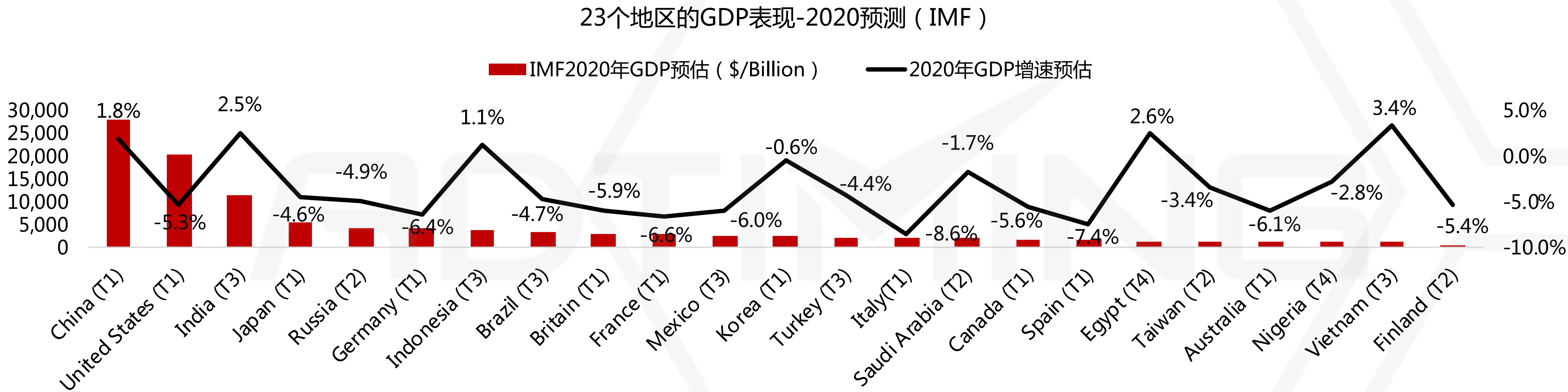
2020全球游戏宏观环境

Chapter 1

疫情冲击全球经济，预计大多地区都或遭遇经济下行的局面

BEST TIMING FOR ADS

据IMF对2020全球经济的预测数据可见，从年中这个节点来看，全球经济尚未脱离险境，疫情给全球经济带来重大损失，预计2020年全球经济出现衰退，复苏的希望或寄托于2021年。从现有数据来看，多地可能遭遇GDP年度负增长，欧盟的经济下行相对严重，现正制定相关的经济刺激协议来打破困局。

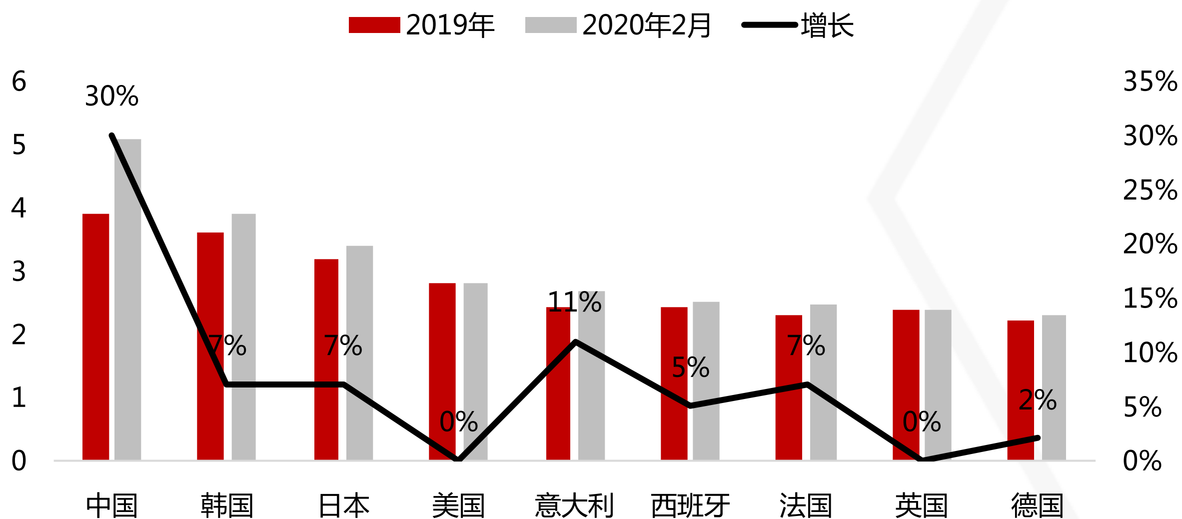


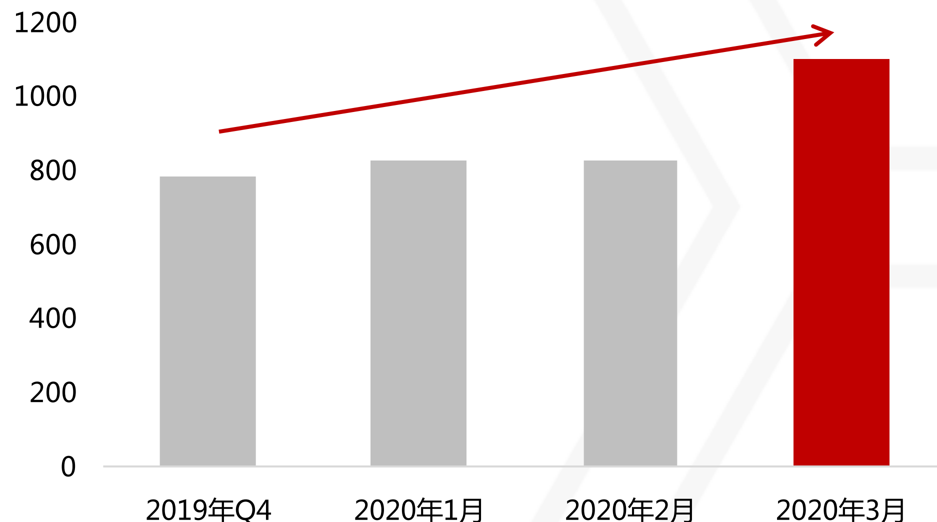
* 数据来源： https://www.imf.org

ADTIMING

“宅经济”升温，游戏成为“最大赢家”

疫情期间，网民在线时长突增，最高增幅达30%。在全球移动设备日均使用时长方面，2 月份中国用户数据跃升至平均每天 5 小时，比 2019 年平均水平增加了30%。其它地区也有2%~7%不同程度的提高。在所有出海赛道中，游戏“一枝独秀”，作为增长最快、布局最广的赛道，与2019年第四季度相比，2020年3月的游戏周均下载量增长30%，超10亿次。



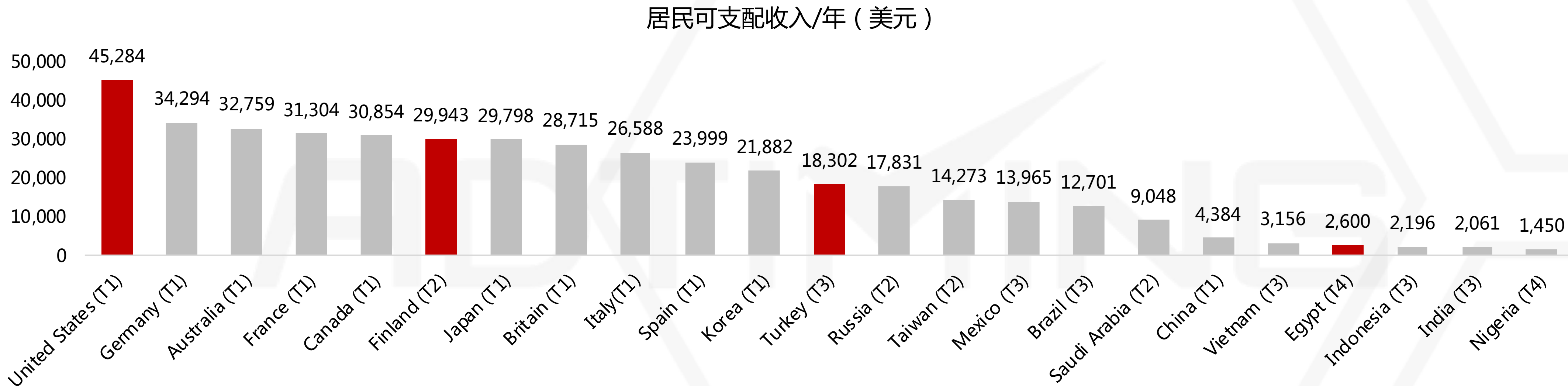


* 数据来源：AppAnnie，由AdTiming整理

ADTIMING

T1游戏市场居民可支配收入均在2万美金以上

美国居民可支配收入高达4.5万美金，高于第二名德国32%，于出海厂商而言，美国是验证游戏质量的黄金之地。根据数据，在T1中，只有中国大陆地区的居民可支配收入未达到2万美金，仅4千美金。T2中，芬兰的居民可支配收入极为亮眼，高达2.9万美金，得益于优异的游戏环境，芬兰也不失出海可考虑的一大站点。T3、T4地区中分别是土耳其、埃及享有更高的居民可支配收入。

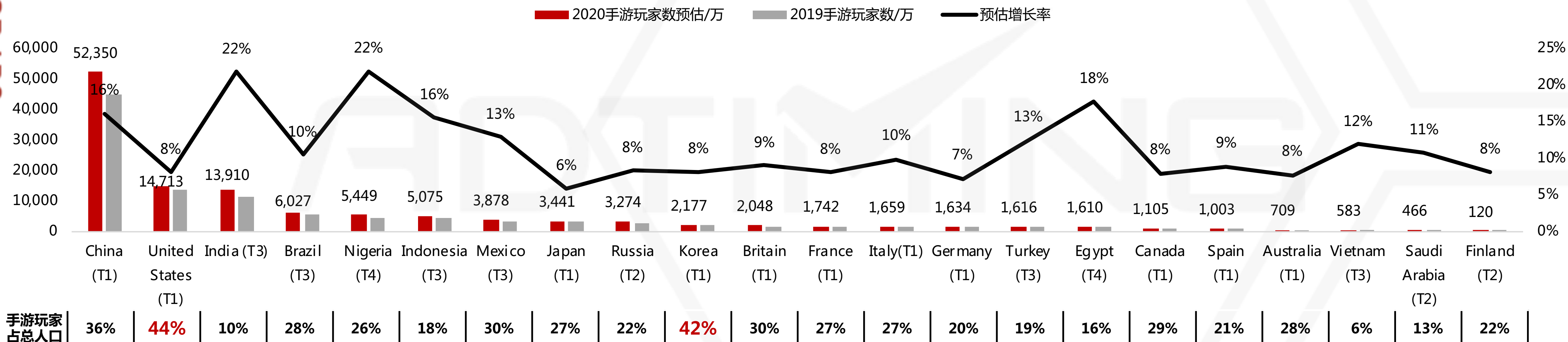


* 数据来源： http://www.oecdbetterlifeindex.org/topics/income/； http://www.gov.cn/guoqing/2020-03/09/content_5362699.htm； https://www.statista.com/statistics/1010780/egypt-per-capita-national-disposable-income/； https://www.ceicdata.com/en； https://www.africageoportal.com/datasets/2d4ec011d9014bcba97ec28a0bd3e314

中国的手游玩家总量远超其它地区，美国则有着最高的玩家覆盖率

BEST TIMING FOR ADS

作为人口大国，中国拥有全球最多的手游玩家（5.2亿），占总人口的36%。同样是人口大国的印度，则仅有10%的人口为玩家，但预计在2020年产生22%的玩家增长率，相比其它地区（除尼日利亚外），增速最快。美国和韩国的玩家占总人口的比例最高，分别为44%和42%；其次，中国、墨西哥、英国的玩家占比在3成及以上，剩余地区的玩家仅占总人口的1~2成。



* 数据来源：Statista，由AdTiming整理

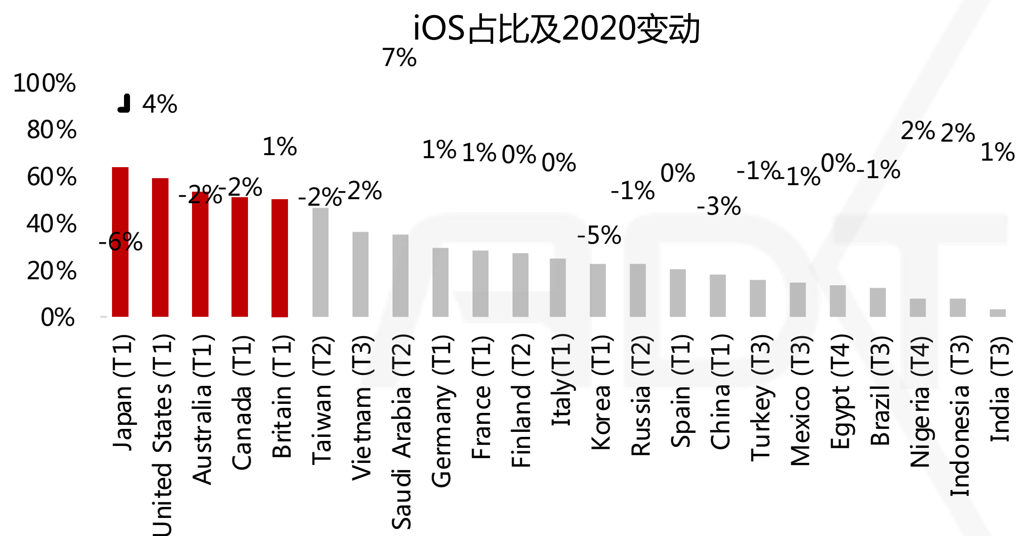
ADTIMING

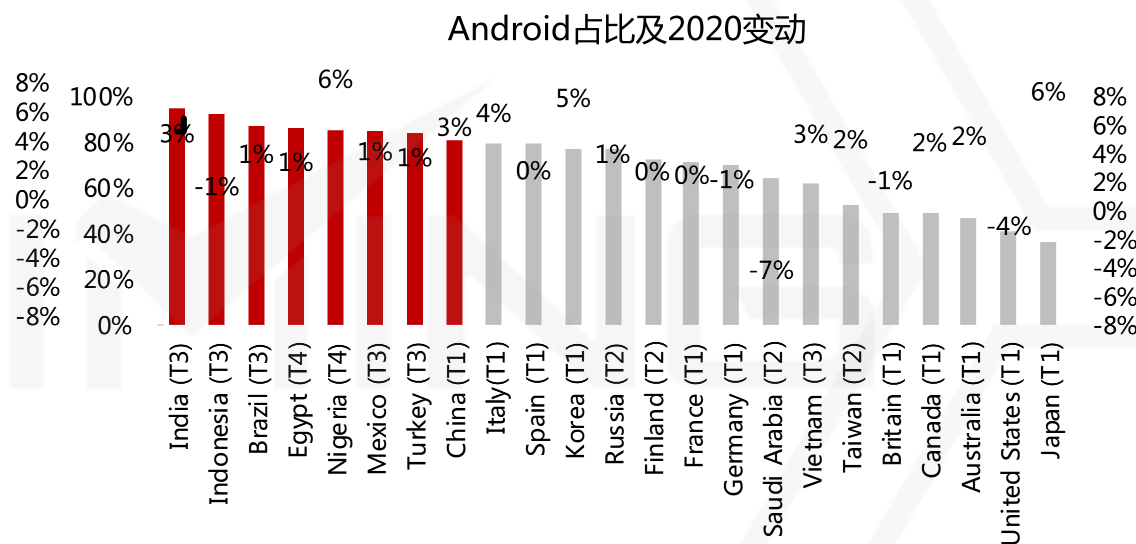
更多资料，欢迎访问 www.wenku120.com

日、美、澳、加、英为iOS主导国；Android份额在非T1地区大体上升

BEST TIMING FOR ADS

日本、美国、澳大利亚、加拿大、英国的iOS市场份额均超过50%，其中日本iOS占比高达64%（但同比去年下降6%），美国高达59%，同比去年增长4%。两印的Android占比超9成，巴西、墨西哥、埃及、尼日利亚、土耳其、中国则超过8成。就Android市场份额而言，T2、T3、T4的大部分地区均呈现Android占比上升的势头。

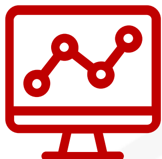




* 数据来源：http://www.oecdbetterlifeindex.org/topics/income/；http://www.gov.cn/guoqing/2020-03/09/content_5362699.htm；https://www.statista.com/statistics/1010780/egypt-per-capita-national-disposable-income/；https://www.ceicdata.com/en；https://www.africageoportal.com/datasets/2d4ec011d9014bcba97ec28a0bd3e314

ADTIMING

本章小结



背景：

1. 疫情冲击全球经济，预计大多地区都或遭遇经济下行的局面。
2. “宅经济”升温，游戏成为“最大赢家”，2020年3月的周均游戏下载量增长30%，超10亿次。



机会：

1. T1~T4的地区之中，美国、芬兰、土耳其、埃及的人均可支配收入分别位于各梯队的第一位。
2. 中国拥有全球最多的手游玩家，印度则在玩家数大体量的基础上产生了极高的玩家增速（22%），美、韩的玩家覆盖率最高（44%、42%），这些地区拥有更好的获客基础。
3. 日、美、澳、加、英为iOS主导国；Android份额在非T1地区大体上升。

更多资料，欢迎访问 www.wenku120.com

2020全球手游细分赛道

Chapter 2

游戏赛道分类标准——游戏核度

BEST TIMING FOR ADS

核度	元素	游戏机制	玩家体验	变现：变现方式	变现：变现周期	典型
硬核	➢ 有一个主导的关键元素	➢ 较高配置硬件要求 ➢ 游戏内机制较多 ➢ 游戏深度较深 ➢ 操作较复杂 ➢ 上手难度较高 ➢ 要求玩家有较高的反应	➢ 上手难度较大 ➢ 玩家耗时较长 ➢ 玩家沉浸感强 ➢ 玩家付费能力较高	Ads → IAP 超休闲 休闲 中核 硬核 产品更迭快 变现周期短 → 用户粘性高 回报周期长		《王者荣耀》 《PUBG MOBILE》
中核	➢ 把休闲游戏的元素加强，把硬核游戏的元素减弱 ➢ 轻度玩法的融合	➢ 中等配置硬件要求 ➢ 视觉上的易读性 ➢ 明晰的目标和流程 ➢ 规避小众的主题 ➢ 游戏深度较为适度 ➢ 操作较为简单 ➢ 不要求很高的反应	➢ 不会惩罚初期的失误 ➢ 第一次流程就让人愉悦 ➢ 尊重玩家的时间 ➢ 短时间的重试周期 ➢ 重玩上手易			《Clash of Clans》 《剑与远征》
休闲	➢ 有一个主导的关键元素，以该元素为核心创新 ➢ 创新：元素细化+元素叠加	➢ 较低配置硬件要求 ➢ 易于上手、难于精通	➢ 获取方便 ➢ 即玩即走、较少时间投入			《糖果粉碎传奇》 《8 Ball Pool》
超休闲	➢ 把休闲的某关键元素做到极简化	➢ 低配置硬件要求 ➢ 操作简单 ➢ 玩法直观易上手	➢ 容量较轻、加载快速 ➢ 即玩即走、碎片化时间、精力投入			《Color Bump 3D》 《Run Race 3D》

ADTIMING

更多资料，欢迎访问 www.wenku120.com

游戏赛道分类标准——核心玩法

核心玩法	游戏核度	游戏特点描述	代表游戏
敏捷操作	超休闲	需要观察时机，考验玩家反应	《Stack Ball》、《Traffic Run!》、《Big Snake King》、《Tofu Girl》
轻益智	超休闲	超休闲形式的益智游戏，比益智解谜更加轻度、简单	《Dig This!》、《Push It!》、《Save The Girl!》
轻动作	超休闲	人物动作会有（轻微）姿态变化（释放技能/击打等）；超休闲形式的动作游戏，比街机动作更加轻度、简单	《Slap Kings》、《Push'em all》
io	超休闲 休闲	多人对战，名字后缀以“.io”或者“大作战”结尾；操作简单，几乎是单手操作（休闲io的核心玩法更复杂）	《Crowd City》（超休闲）、《aquapark.io》（超休闲）；《The Chase: Cop Pursuit》（休闲）
竞速	超休闲 休闲	可以控制到目标终点的节奏玩法（前进/后退/停止）；多人竞技（真人/AI），超休闲大多只有AI竞技	《Real Bike Racing》（休闲）、《Fun Race 3D》（超休闲）、《Mario Kart Tour》（超休闲）
音乐节奏	超休闲 休闲	结合音乐节奏考验玩家的操作反应（超休闲难度更小、更易上手）	《Magic Tiles 3》（休闲）、《Dot n Beat》（超休闲）
消除	休闲	以消除元素为主要玩法的游戏；容易出现“消除+”的融合类玩法	《Toon Blast》、《Candy Crush Soda Saga》
合成	休闲	把两个对象合成一个更高级的对象	《Merge Dragons!》、《2048 Balls 3D》、《EverMerge》
跑酷	休闲	控制方向，躲避障碍；不能控制到目标终点的节奏（不可停止/后退，只能向前）	《Talking Tom Gold Run》、《Subway Surfers》
教育	休闲	针对特定教育目的而开发的游戏	《Baby Panda World》

BEST TIMING FOR ADS

ADTIMING

游戏赛道分类标准——核心玩法

核心玩法	游戏核度	游戏特点描述	代表游戏
博彩	休闲	➢ 扑克（Poker）：德州扑克（Texas Hold ’em）、纸牌（Solitaire）、21点（Blackjack）、帕蒂（Teen Patti）、拉米（Rummy）、Truco等 ➢ 老虎机（Slot）：也叫“拉霸”、“角子机”，包含“Spin”这一玩法 ➢ 乐透（Lotto）：宾果（Bingo）、刮刮乐（Scratcher） ➢ 推硬币：将硬币池里的其它硬币及其它物品“推”出来 ➢ 网赚：包含“超休闲/休闲/博彩+”融合玩法，玩家有机会赢得现金、购物卡、礼品卡 ➢ 电玩城：集合多种博彩玩法	《Cash Frenzy™ - Slots Casino》（Slot）、《Zynga Poker》（扑克）、《Lucky Pusher 》（推硬币）、《Bingo Blitz™ - Bingo Games》（乐透）、《Lucky Dice》（网赚）、《豪神娛樂城》电玩城
桌游棋牌	休闲	➢ 经典棋牌：传统或简单的棋牌玩法 ➢ 对战棋牌：玩法为多人对战的扑克或棋类游戏可视为对战棋牌 ➢ 桌面游戏（TAB）：会有实体版桌游	《Parchisi STAR》、《Ludo Club》、《UNO!™》
放置	休闲	放置获取收益；体验数值成长（玩家无需操作即可产生游戏收益，离开游戏也会有持续的收益），数值养成有一定的策略性。一般以“放置+”融合玩法的形式出现	《Idle Life Sim - Simulator Game》（“模拟养成+放置”）、《Idle Lumberjack 3D》（“生活模拟+放置”）
益智解谜	休闲 中核	包括拼图、迷宫、画画、涂色、填字、数字、找不同、隐藏物品、物理解谜、密室逃脱等不同形式的脑力游戏	《Brain Test 2》（休闲）、《Scary Teacher 3D》（中核）
街机动作	休闲 中核	利用从上下左右四个方向移动的能力进行躲避等操作，完成游戏设计师在游戏内设计的关卡考验，大多数没有角色成长系统，主要考验的是玩家精准操作的能力。休闲街机动作对时机反应、实时性更弱、容错率更强	《MARVEL Contest of Champions》（中核）、《Slap That 》（休闲）
文字冒险	休闲 中核	游戏以文字为主，玩家需要阅读大量的文本，玩家可通过自己的选择来推动故事发展。故事有多种结局，玩家可以通过重复游玩来解锁多种结局	《My Story: Choose Your Own Path》（休闲）、《遇见逆水寒》（中核）
塔防	休闲 中核	建设武器，保卫某个目标不被敌人入侵	《植物大战僵尸》（休闲）、《Royal Revolt 2: Tower Defense》（中核）
运动	休闲 中核	主要以体育为题材，包括模拟体育、休闲运动	《8 Ball Pool》（休闲，休闲运动）、《Score! Hero》（中核，模拟体育）

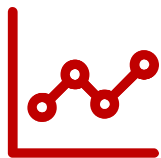
BEST TIMING FOR ADS
ADTIMING

游戏赛道分类标准——核心玩法

核心玩法	游戏核度	游戏特点描述	代表游戏
射击	超休闲 休闲 硬核	➢ 需要瞄准。超休闲、休闲射击多需要慢思考和一定推理能力；硬核射击游戏需要观察时机、考验反应力 ➢ 分为益智射击、动作射击、FPS/TPS等	《PUBG MOBILE》（硬核）、《Hunter Assassin》（休闲）、《Jonny Trigger》（超休闲）
模拟	超休闲 休闲 中核	➢ 模拟现实生活的体验；包括生活模拟、模拟经营、模拟养成、模拟（其它）。 ➢ 模拟类游戏易出现“模拟+”融合玩法	《Jurassic World™: The Game》（硬核，“卡牌+模拟经营”）《Pou》（休闲，模拟养成）、《Hay Day》（休闲，模拟经营）、《Woodturning》（超休闲，生活模拟）
卡牌	休闲 中核 硬核	➢ 玩家以卡牌收集和推关为主要玩法 ➢ 卡片通常通过抽卡、合成升级等玩法产出 ➢ 对战主要考验玩家拥有卡牌的稀有度以及数值强度的强弱 ➢ 卡牌之间往往有数值上的克制、加成关系来促进玩家追求多张卡牌 ➢ 多为“卡牌+”（如卡牌+RPG、卡牌+塔防等融合玩法），以及卡牌TCG玩法	《剑与远征》（中核“卡牌+RPG”）、《战双帕弥什》（硬核“卡牌+RPG+消除”）、《Empires & Puzzles》（中核“卡牌+消除”）、《阴阳师：百闻牌》（硬核卡牌TCG）
RPG	休闲 中核 硬核	➢ 角色扮演游戏。 ➢ 硬核游戏多为MMORPG；RPG在中核、休闲游戏中往往以融合玩法的形式出现	《龙族幻想》（硬核）、《剑与远征》（中核“卡牌+RPG”）、《Granny Legend》（休闲“RPG-Roguelike”）
SLG	中核 硬核	玩家运用策略与电脑或其它玩家较量，以数值为核心	《Mafia City（黑道风云）》（硬核）、《Clash of Clans》（中核）
MOBA	中核 硬核	公平性竞技	《Brawl Star》（中核）、《Mobile Legends: Bang Bang（Mobile Legends: Bang Bang）》（硬核）、《王者荣耀》（硬核）
自走棋	硬核	具有类似于国际象棋的元素，玩家可以在准备阶段将角色放置在网格状战场上，然后与对方队伍的角色战斗而无需任何其它直接输入	《Teamfight Tactics（云顶之弈）》
沙盒	硬核	玩家可以自由改变、影响、创造世界	《Roblox》、《Minecraft》
生存	硬核	以生存更久为核心目标	《Last Day on Earth: Survival》、《LifeAfter（明日之后）》
开放世界	硬核	可和游戏世界进行交互，没有任何拘束的角色扮演类游戏	《Grand Theft Auto: San Andreas》

BEST TIMING FOR ADS
ADTIMING

本章重点提要



游戏核度

1. 超休闲和休闲游戏全线增长——超休闲的DAU上涨势头最为强劲，在大部分T1实现了破200%的增长；休闲游戏则聚集了最大的玩家群，以印度最为庞大。
2. 中核游戏是唯一DAU出现下滑的赛道，但幅度微小，且仅出现在埃及、意大利、埃及、尼日利亚。因中核在全部地区的涨幅均在80%之内，中国iOS玩家以环比254%井喷式暴涨从所有地区中“脱颖而出”。
3. 硬核游戏被T3玩家追捧，印度拿下最高DAU。此外，台湾地区拿下硬核玩家环比最快增速，而日、韩则在硬核用户长期留存指标上更胜一筹。



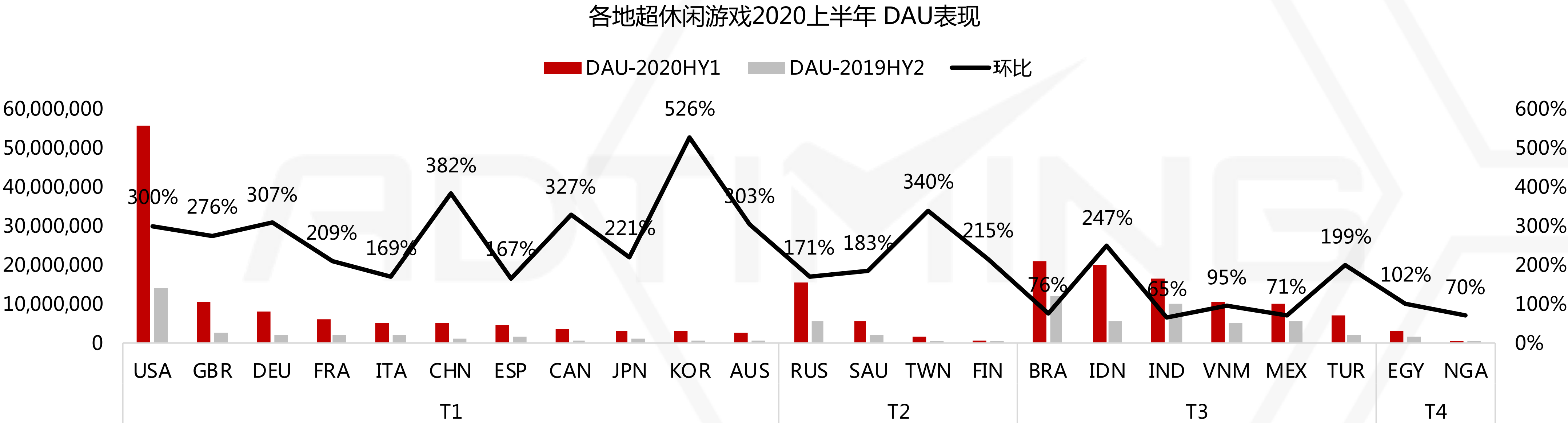
核心玩法

1. 2020生活模拟异军突起，轻益智、轻动作稳步发展，融合玩法与网赚成为增长亮点。
2. 益智解谜、跑酷、桌游棋牌的用户位列休闲游戏DAU前三，射击、网赚助推增长。
3. “消除+模拟养成”、SLG、模拟体育这三大经典中核游戏牢牢占领中核游戏DAU的前三位，中核益智解谜游戏“RPG+模拟养成” 和“卡牌+模拟经营”高速增长。
4. 硬核游戏以射击、沙盒、SLG、RPG等为代表，融合玩法往往融入“卡牌+”以增强变现。

超休闲：玩家涨势最为迅猛，美国拥有最大流量池，韩国实现最高速的DAU增长

BEST TIMING FOR ADS

美国拥有最多的超休闲玩家，从增速上来看，T1内包括美、英、澳在内的9个地区均收获了DAU环比增长突破200%的成绩，其中韩国增速最为显著（环比增长526%）。超休闲游戏最受到追捧的当属T3地区，诸如聚集于巴西和印尼的超休闲玩家体量仅次于美国，印度、越南、墨西哥也具有一定量级的日活玩家。而俄罗斯和埃及，分别是T2和T4中汇集最多超休闲玩家的地区。

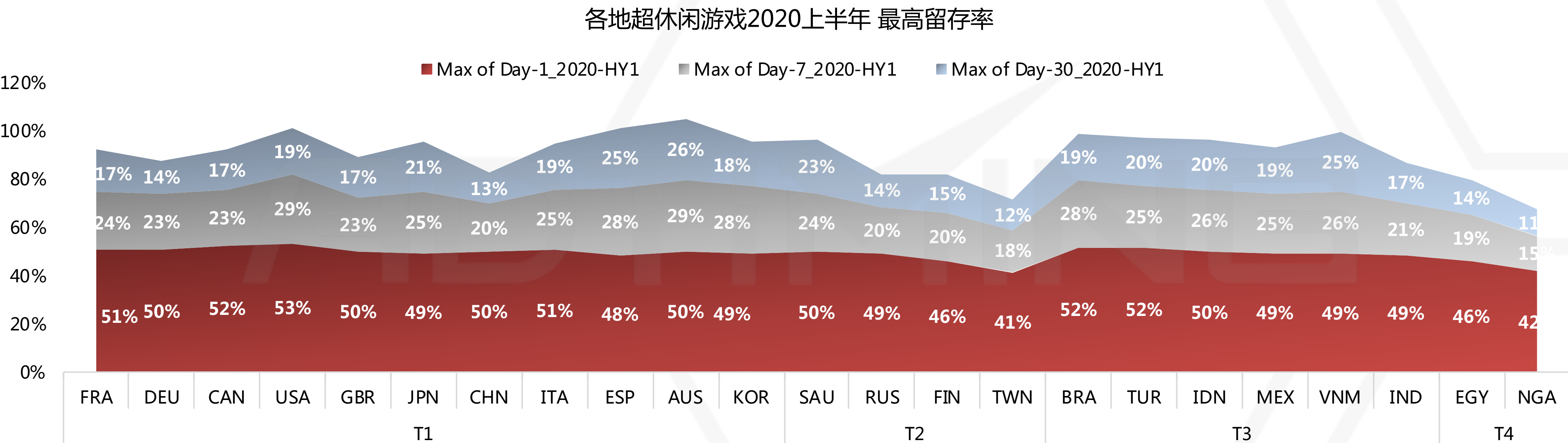


- 数据说明：由于中国市场上Android的数据渠道问题，本报中中国仅iOS数据有效，故仅代表iOS数据；中国iOS的占比仅为18%，环比下滑3%。
- 时间说明：2020HY1指的是2020年上半年（2020.1.1~2020.6.30）；2019HY2指的是2019年下半年（2019.7.1-2019.12.31），下同。
- 三位码说明：中国CHN、美国USA、日本JPN、韩国KOR、德国DEU、英国GBR、法国FRA、加拿大CAN、意大利ITA、西班牙ESP、澳大利亚AUS、台湾TWN、芬兰FIN、沙特SAU、俄罗斯RUS、印尼IDN、墨西哥MEX、巴西BRA、印度IND、越南VNM、土耳其TUR、尼日利亚NGA、埃及EGY，下同。

ADTIMING

超休闲：美国、澳大利亚、巴西留存表现优异，台湾地区、芬兰、埃及、尼日利亚表现欠佳

针对超休闲的特性，在留存方面应重点关注次日和七日留。从这两个数据维度看，美国是超休闲游戏留存表现最优的地方，次日留53%，七日留29%。紧随其后的是T3的巴西（次日留52%，七日留28%）以及T1的澳大利亚（次日留50%，七日留29%）。T1和T3覆盖地区的次日留相差不大，波动在49%~53%之间。但在T2内有两个地区的次日留较低，分别是台湾地区（41%）和芬兰（46%）。T4留存表现明显低于均值。



* 数据来源：Apptopia，其中留存数据存在偏差，可能会低于真实留存数据。

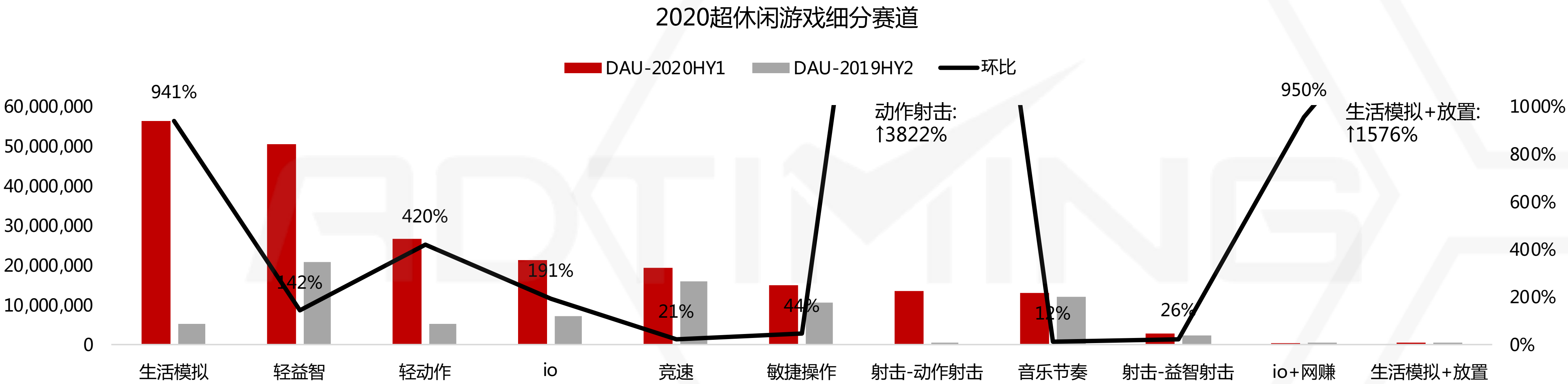
* 数据说明：由于中国市场上Android的数据渠道问题，本报中中国仅iOS数据有效，故仅代表iOS数据；中国iOS的占比仅为18%，环比下滑3%。

ADTIMING

超休闲：2020生活模拟异军突起，轻益智、轻动作稳步发展，融合玩法与网赚成为增长亮点

在发展触顶和用户需求的双重刺激下，超休闲赛道上诞生了越来越多的细分品类，生活模拟就是其中之一，2020年上半年用户体量迅速反超老牌玩法（如轻益智、轻动作、io），成为超休闲游戏的一匹黑马。轻益智、轻动作继续保持着高速发展的态势，产生了如《Save the Girl!》、《Push ‘em all》这样的代表作，而动作射击凭借《Johnny Trigger》、《Knock’ em All》、《Super Sniper!》等产生飞速增长。另外，随着网赚游戏和融合玩法领跑2020年，《Merge Snake!》（io+网赚）、《Idle Slice and Dice》（生活模拟+放置）这样的游戏也带动了超休闲整个赛道的增长。

BEST TIMING FOR ADS

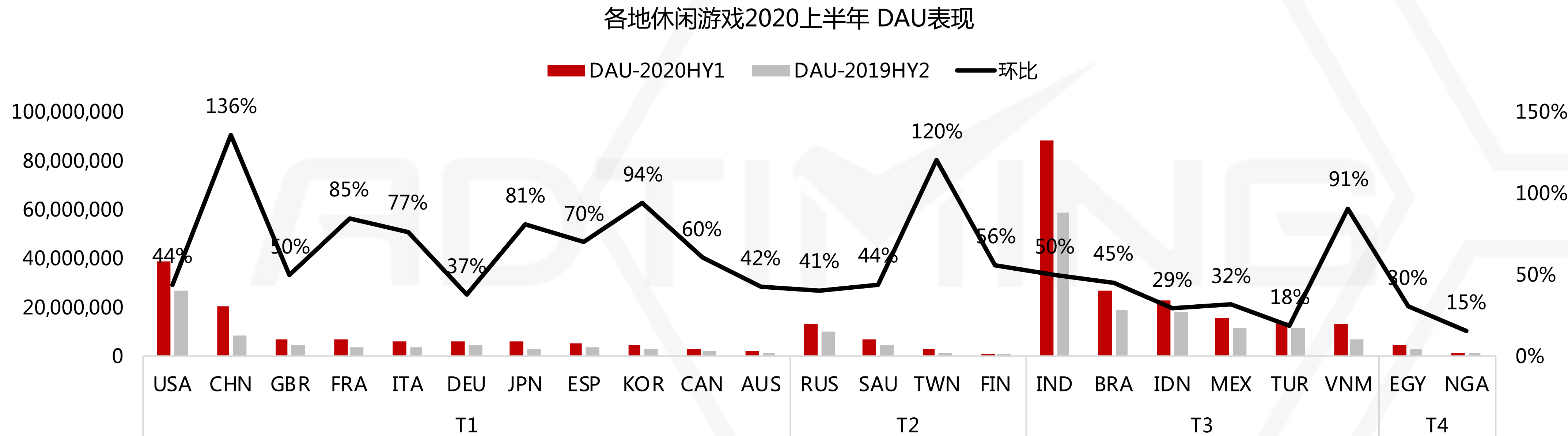


ADTIMING

休闲：印度成休闲玩家最多地区，中国大陆iOS和台湾地区实现破100%涨幅

和超休闲类似，休闲游戏的玩家也主要集中在T3，以印度地区为代表，而越南产生了T3梯队DAU的最快增长，环比91%。和超休闲不同的是，美国不再是流量池的最大汇集地，取而代之的是印度。整体来看，休闲在各地区都实现了增长，尤其在中国大陆iOS和台湾地区实现破100%涨幅。

BEST TIMING FOR ADS

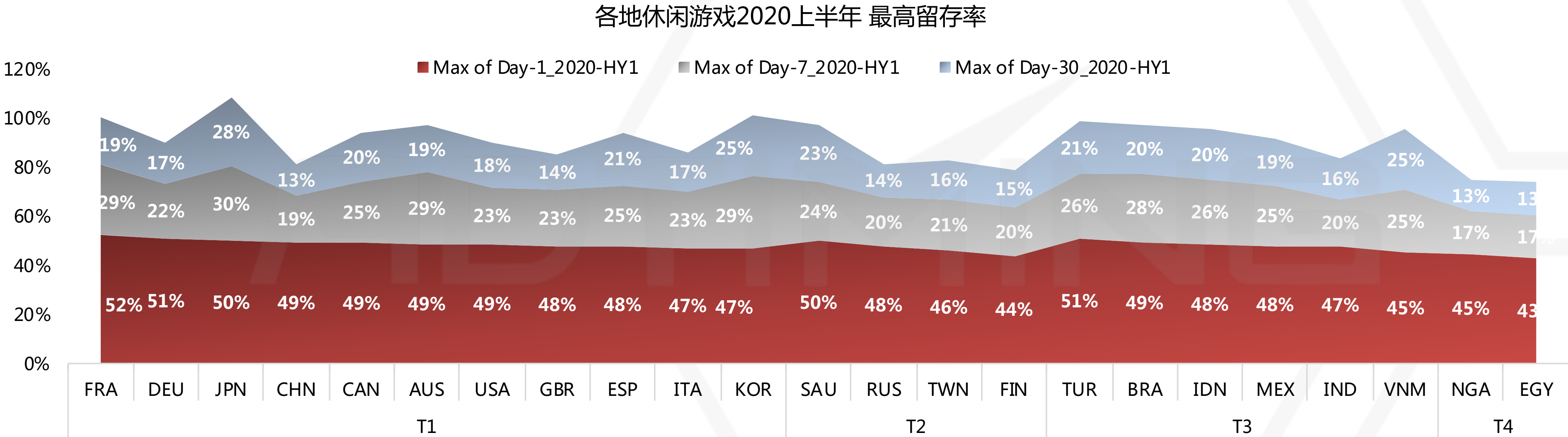


* 数据说明：由于中国市场上Android的数据渠道问题，本报中中国仅iOS数据有效，故仅代表iOS数据；中国iOS的占比仅为18%，环比下滑3%。

ADTIMING

休闲：法国、德国、日本、沙特、土耳其的次留表现高于50%

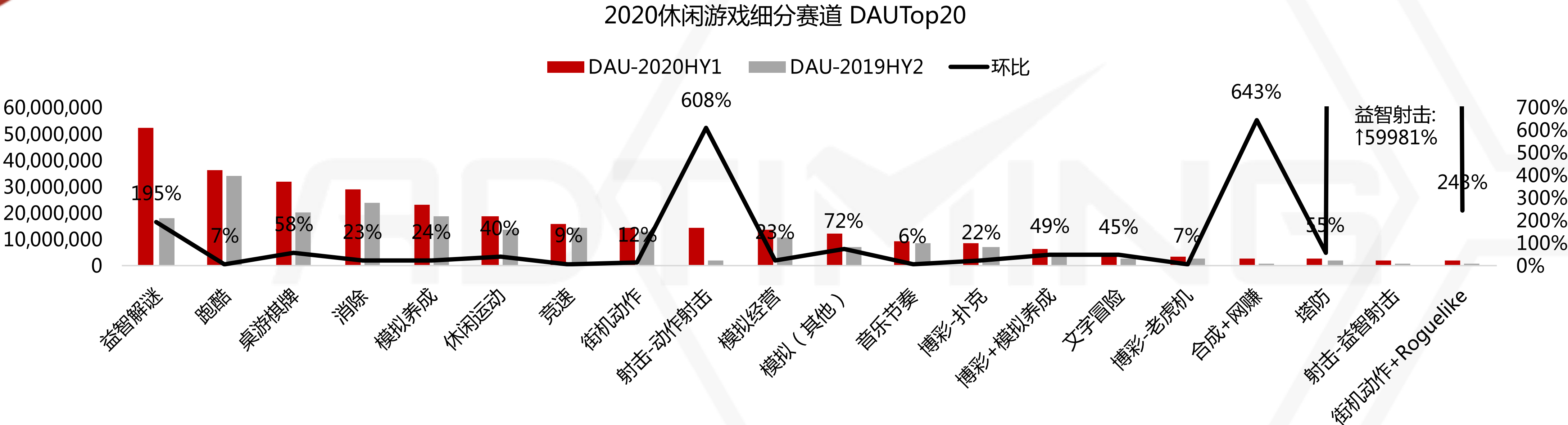
T1内，法国、德国和日本的次留均在50%以上。其中，日本综合三个留存指标表现最佳，七日留（30%）和三十日留（28%）都达到了最高水平。T2和T3内，沙特和土耳其玩家的用户留存较高，次留在50%以上，七日留也在25%上下。整体上看，T1和T3的次留数值较好，除越南外都在47%以上。T2和T4的次留表现相对一般。



* 数据来源：Apptopia，其中留存数据存在偏差，可能会低于真实留存数据。
* 数据说明：由于中国市场上Android的数据渠道问题，本报中中国仅iOS数据有效，故仅代表iOS数据；中国iOS的占比仅为18%，环比下滑3%。

休闲：获客全线增长，益智解谜、跑酷、桌游棋牌的用户位列前三，射击、网赚助推增长

益智解谜、跑酷、桌游棋牌、消除、模拟养成等头部赛道依旧强势获客。在中重度射击游戏的熏陶之下，市场上的轻度射击游戏也受到欢迎，除了上文提到的超休闲动作射击之外，休闲赛道中也有火热的动作射击游戏，如风靡全球的《Hunter Assassin》、《Mow Zombies》等；另外，含有puzzle元素的益智射击游戏也受到市场追捧，产生《Hitmasters》这样的优秀作品。同超休闲一样，“网赚+休闲合成”的模式兴起于2019年底，代表作品有《阳光养猪场》（2019年10月）、《亿万人生》（2020年2月）等。

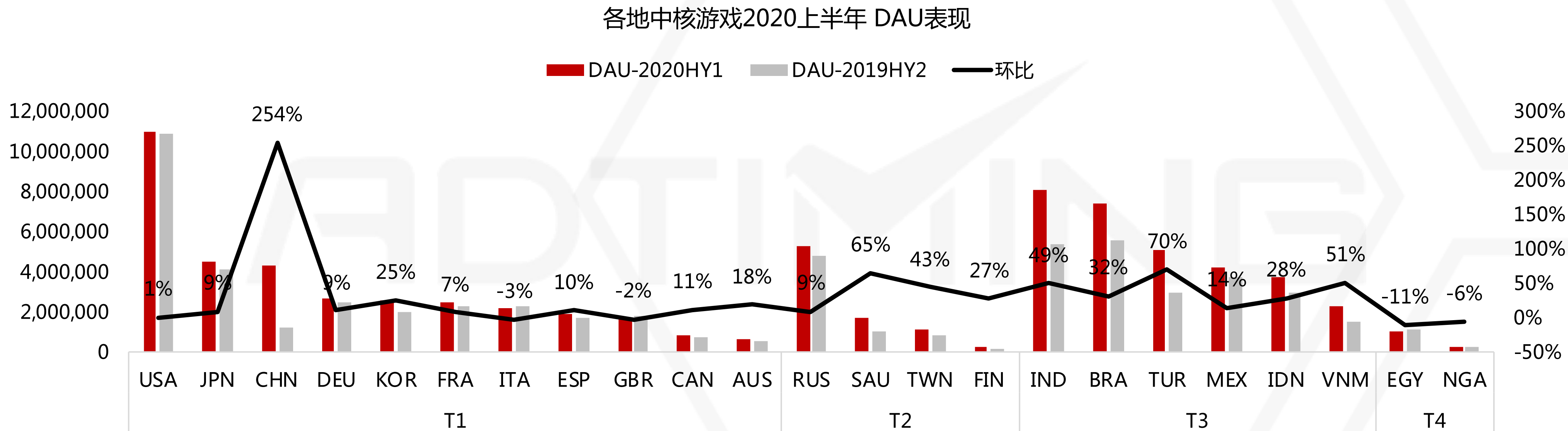


BEST TIMING FOR ADS

ADTIMING

中核：印度、巴西DAU仅次于美国，中国iOS中核玩家涨势惊人，归因于融合玩法

相比超休闲、休闲在全地区DAU的一片增长，中核游戏在T1的意大利、英国及T4地区分别出现环比2%~11%不等的跌幅。 而T2和T3实现了全员DAU上浮，其中，T3的印度和巴西的中核玩家量级仅次于美国。美国是中核玩家量级最大的地区，而中国iOS中核玩家数量涨势惊人，环比增长254%，主要来自融合玩法游戏，如《浮生为卿歌》、《剑与远征》、《放置战姬》、《极品小县令》等。

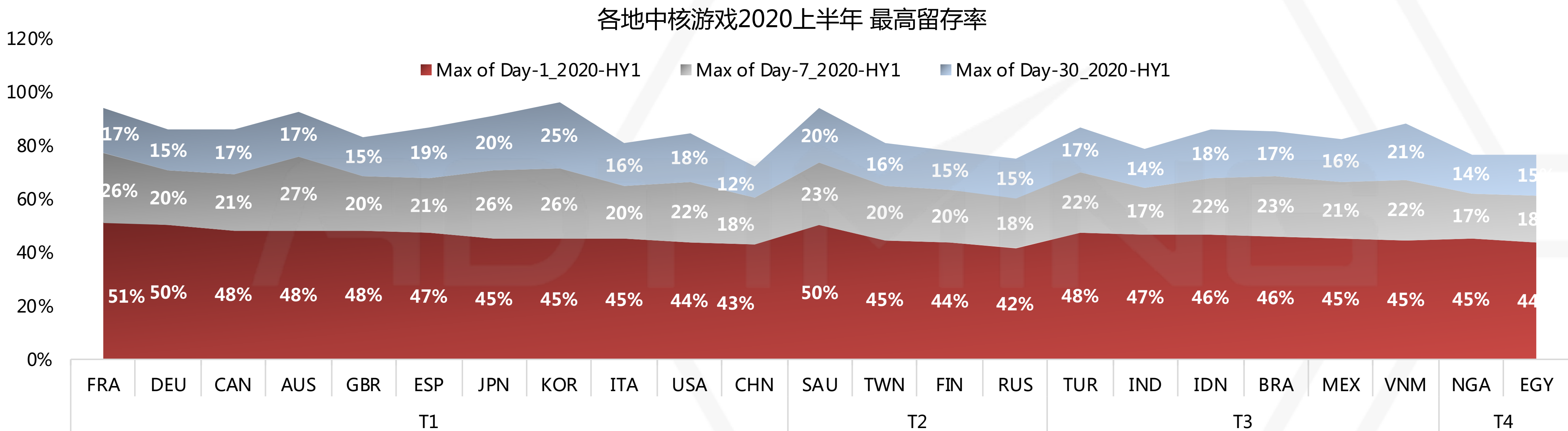


* 数据说明：由于中国市场上Android的数据渠道问题，本报中中国仅iOS数据有效，故仅代表iOS数据；中国iOS的占比仅为18%，环比下滑3%。

中核：日、韩、越、沙特玩家长期留存率高，七日及三十日留均超20%

T1的法国、德国和T3沙特的短期留存表现最好，次日留在50%以上，而美国、中国、埃及的中核游戏次日留表现略显逊色。从七日和三十日留两个数据指标来看，T1的日本、韩国，T2的沙特和T3的越南实现了双指标均超20%的成绩。反观T1的中国，T2的俄罗斯，T3的印度及T4地区，双指标均低于20%，用户的中、长期留存情况不太理想。

BEST TIMING FOR ADS

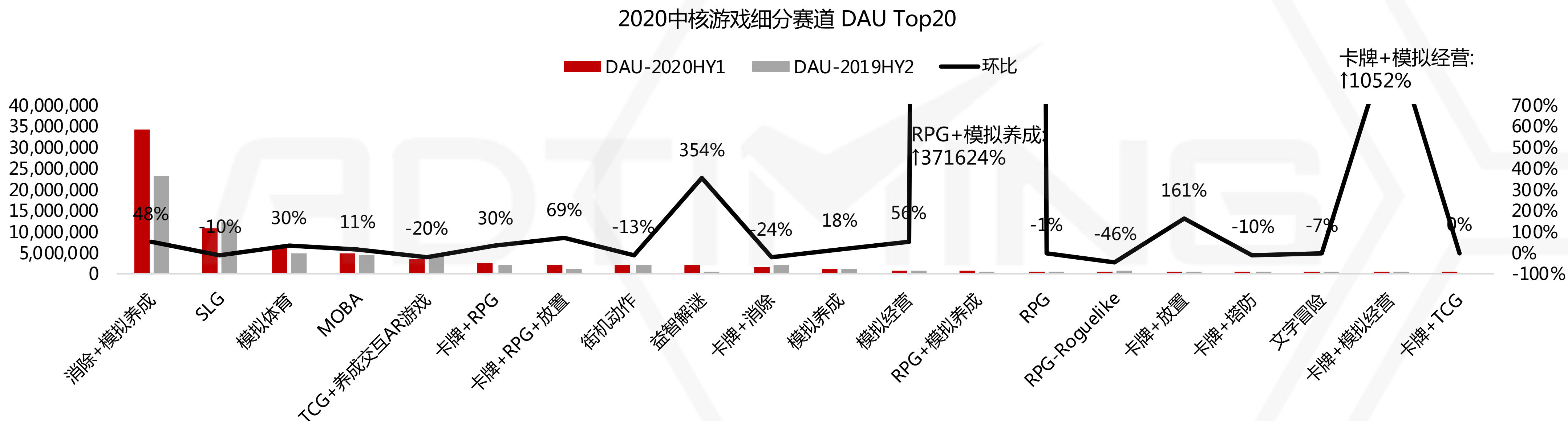


* 数据来源：Apptopia，其中留存数据存在偏差，可能会低于真实留存数据。
* 数据说明：由于中国市场上Android的数据渠道问题，本报中中国仅iOS数据有效，故仅代表iOS数据；中国iOS的占比仅为18%，环比下滑3%。

ADTIMING

中核：融合玩法的集中地，“模拟+”、“卡牌+”受到追捧

“消除+模拟养成”、SLG、模拟体育这三大经典中核游戏依然凭借常青游戏《Gardenscapes》、《Clash of Clans》、《FIFA Soccer》等牢牢占领中核游戏DAU的前三位。而高自由玩法《Scary Teacher 3D》和密室逃脱玩法《Granny》给中核益智解谜游戏带来高速增长。“RPG+模拟养成”的《浮生为卿歌》和“卡牌+模拟经营”的《江南百景图》、《辐射避难所》等成为中核赛道增长的代表。

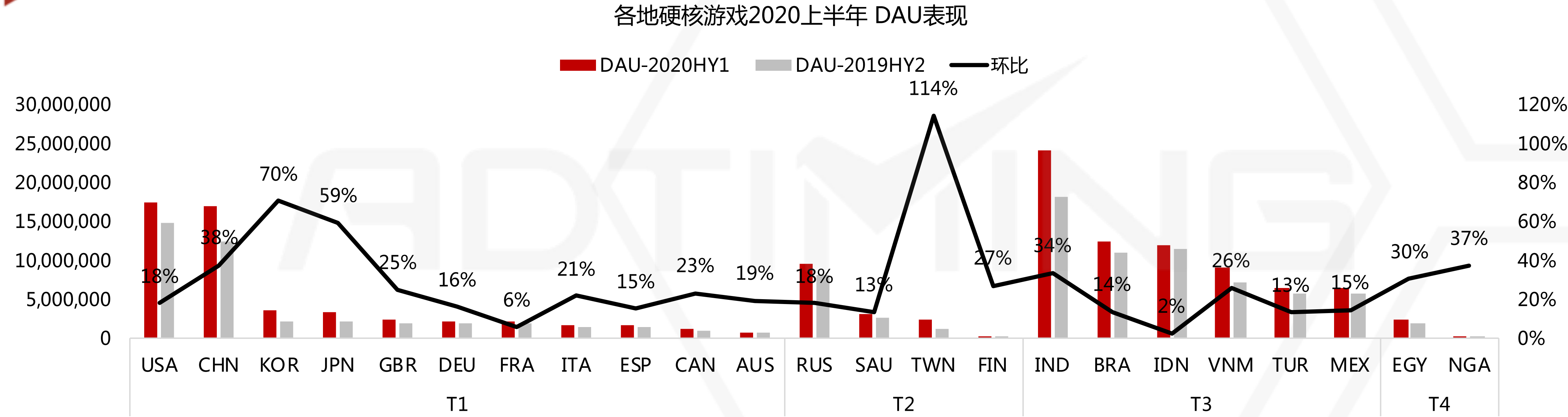


- 数据说明：有些品类的TOP30上榜游戏为2020年新发布的游戏，故会产生年度变化0%的情况。
- 特殊说明：“TCG+养成交互AR游戏”指的是《Pokémon GO》这一爆款。

硬核：在T3地区最受欢迎，但该梯队除印度外整体增速一般；台湾地区实现DAU最快增长

硬核游戏在T3尤为受到欢迎，印度的活跃玩家总量继休闲游戏后再一次超越美国，成为硬核顶流地区；该梯队内其它地区的玩家总量级也不小，但整体来看增速不大，最小仅为2%，最大不超过26%。最大幅的DAU环比增长出现在T2的台湾地区，以114%的环比增幅位居硬核游戏增速Top1。对于T1梯队来说，美国和中国大陆地区（iOS）在玩家体量上压过其它地区，而韩国（环比增长70%）和日本（环比增长59%）实现了最快增长。

BEST TIMING FOR ADS

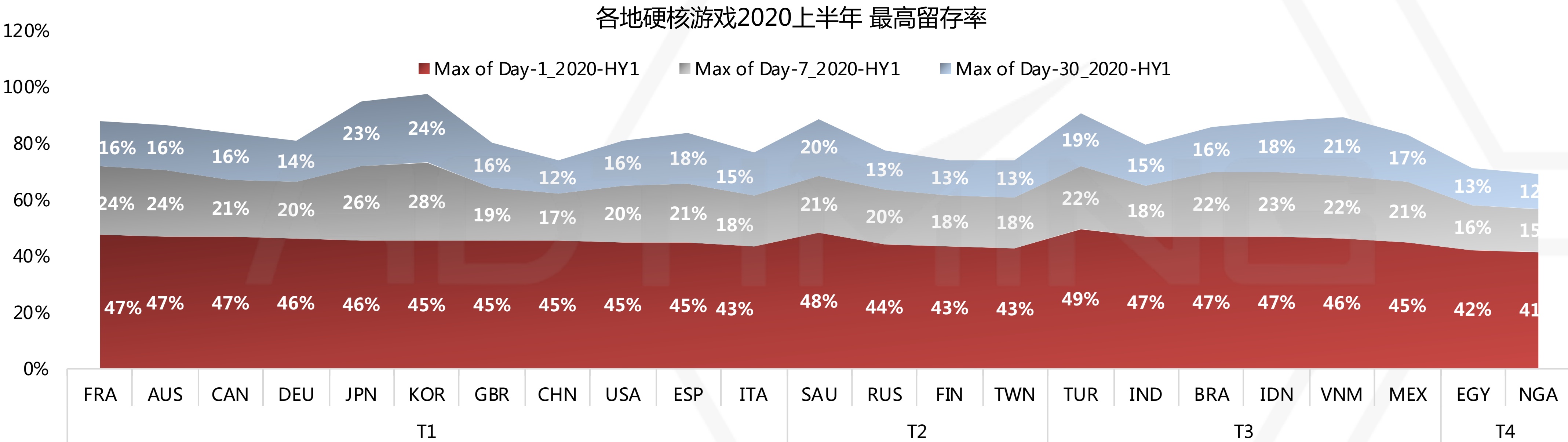


* 数据说明：由于中国市场上Android的数据渠道问题，本报中中国仅iOS数据有效，故仅代表iOS数据；中国iOS的占比仅为18%，环比下滑3%。

ADTIMING

硬核：日本、韩国、土耳其、沙特、越南玩家留存数据优异

除T4外，全地区的次日留相差不大，在43%~49%区间波动，其中T2的土耳其数据表现最佳，同梯队的芬兰（43%）、台湾地区（43%）数据表现最差。T1的日、韩七日留均在25%以上，且三十日留维持在23%、24%。T2梯队内沙特次留最高。T3地区中土耳其的长期留存表现整体较好，越南的次留虽未取得亮眼成绩（46%），但拥有该梯队中、长期留存最高的用户。



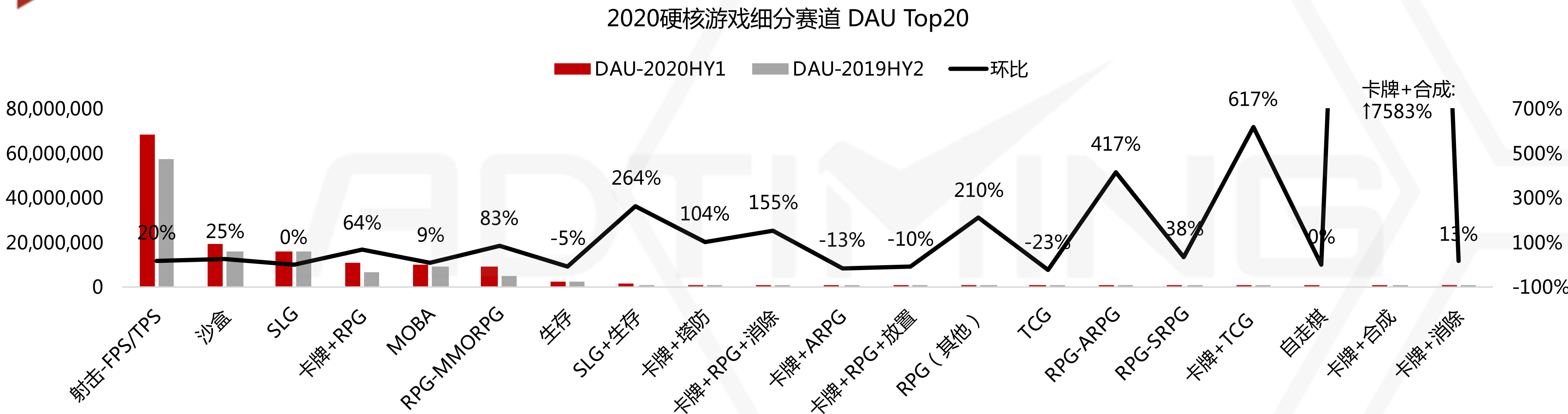
* 数据来源：Apptopia，其中留存数据存在偏差，可能会低于真实留存数据。
* 数据说明：由于中国市场上Android的数据渠道问题，本报中中国仅iOS数据有效，故仅代表iOS数据；中国iOS的占比仅为18%，环比下滑3%。

ADTIMING

硬核：以射击、沙盒、SLG、RPG等为代表，融合玩法往往融入“卡牌+”以增强变现

第一/三人称射击游戏（FPS/TPS）持续领跑硬核游戏大盘，并于2020年上半年保持19%的DAU增速。高自由度的沙盒游戏、玩数值的SLG游戏依旧常青。抽卡机制作为一种吸金的变现机制，被众多手游灵活结合，无论是RPG、塔防还是消除、放置、TCG、合成，都可以有效融合卡牌玩法，以增强游戏趣味性，提高游戏整体收益。

BEST TIMING FOR ADS



数据说明：有些品类的TOP30上榜游戏为2020年新发布的游戏，故会产生年度变化0%的情况，如图中的自走棋，top30上榜的为《Teamfight Tactics（云顶之弈）》。

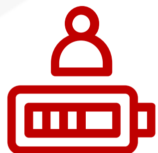
ADTIMING

本章小结-T1地区



获客：

1. 美国和中国在玩家基数上有优势，且由于疫情原因中国涌入大量手游玩家，因此这两个地区在各核度的DAU指标都表现优异。
2. 韩国和中国iOS分别在超休闲和休闲实现了DAU的最快增长。
3. 英国在超休闲和休闲玩家的量级上跻身Top3。
4. 美国和中国大陆地区（iOS）在硬核玩家体量上压过其它T1地区，而韩国（环比增长70%）和日本（环比增长59%）实现了最快增长。
5. 中国iOS中核玩家数量涨势惊人，环比增长254%，主要来自融合玩法游戏。



留存：

1. 单从次日留和七日留看，澳大利亚、日本和法国的留存率在休闲市场位列前茅。
2. 日、韩是中、硬核游戏留存表现最好的两个地区。

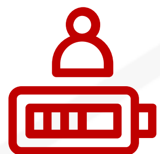
ADTIMING

本章小结-T2地区



获客：

1. 主要集中在俄罗斯、沙特两个地区获客。
2. 较2019年下半年，除中核游戏外，台湾地区实现了日活用户最快的上涨，且都大于100%。



留存：

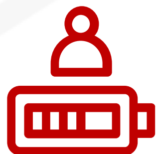
1. 超休闲、休闲游戏在T2地区整体留存表现欠佳。
2. 不管是在哪个游戏核度，沙特的留存指标数据都最优。
3. 芬兰因人口基数低，整体DAU和留存表现都中规中矩。

本章小结-T3地区



获客：

1. 印度玩家偏好中、硬核游戏，凭借着人口红利的优势，不仅成为该梯队各核度的DAU Top1（超休闲除外，超休闲的DAU被巴西赶超），甚至在休闲、硬核领域的总活跃玩家超越美国。
2. 巴西是该梯队内最爱超休闲游戏的地区，而印尼和越南分别在超休闲和休闲领域产生了DAU最大环比上涨。



留存：

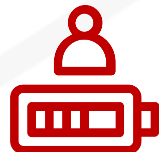
1. 虽然玩家量级上并无亮点，但土耳其用户在留存方面（除超休闲游戏）最为优质，其次是巴西和印尼。

本章小结-T4地区



获客：

整体发展趋势一般，玩家在各核度基数小，仅在硬核游戏中表现较好，埃及和尼日利亚DAU分别环比上浮37%和30%。



留存：

用户留存数据“吊车尾”，落后于大多数地区，处于倒数的位置。

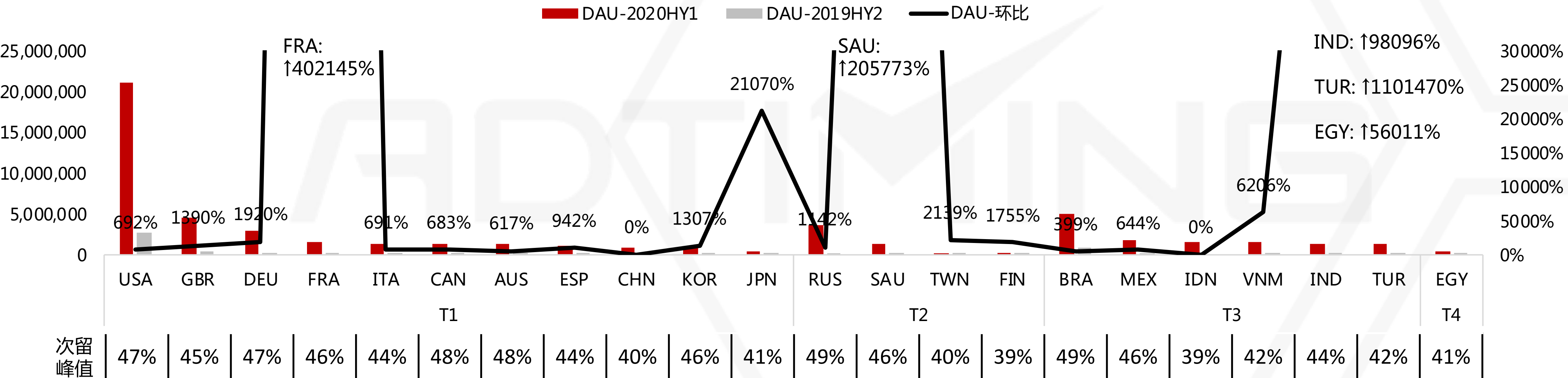
2020手游各赛道细分玩法

Chapter 3

生活模拟（超休闲）：新秀品类，高速增长，美国拥有最多活跃用户，土耳其增速最快

生活模拟作为2020年上半年下载量增速最快、增量最大的超休闲品类，在各地区的DAU表现均呈上涨态势，且在多地实现井喷式增长。其中，美国的活跃用户数和环比增量均遥遥领先其它地区（上半年活跃用户超2千万）；土耳其则为DAU增速最快的地区。除芬兰和印尼以外，各地区的次留峰值均在40%以上。

BEST TIMING FOR ADS



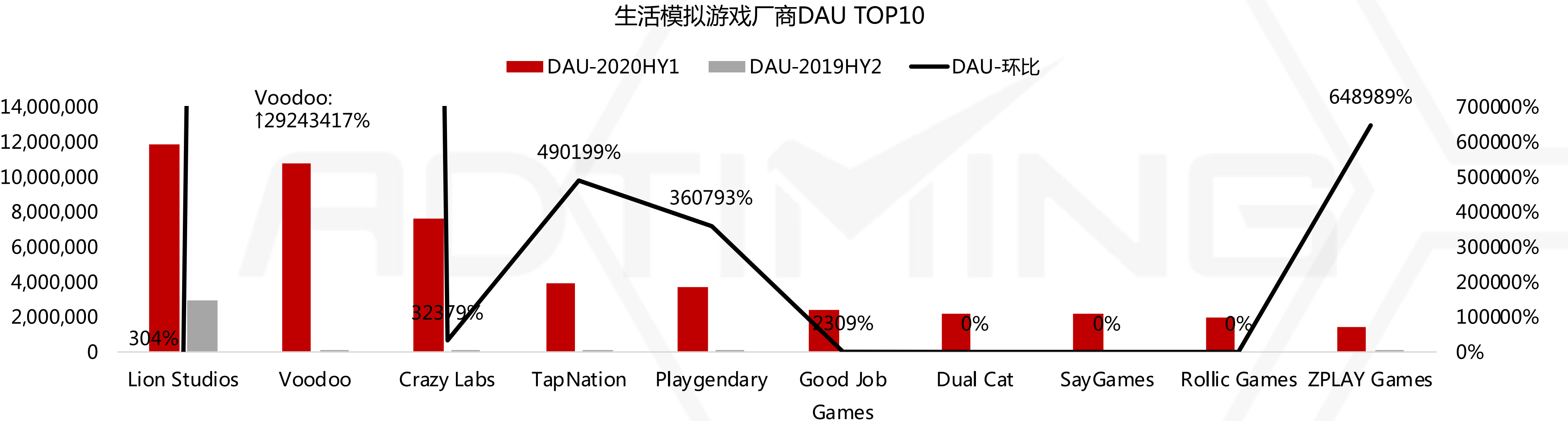
次留峰值	47%	45%	47%	46%	44%	48%	48%	44%	40%	46%	41%	49%	46%	40%	39%	49%	46%	39%	42%	44%	42%	41%

* 特殊说明：由于Android数据统计渠道的问题，中国仅为iOS平台的数据。
* 特殊说明：有的品类TOP30游戏均为2020年新游，所以会缺失2019年的数据，导致出现0%的环比变化情况。
* 数据来源：Apptopia，其中留存数据存在偏差，可能会低于真实留存数据。

ADTIMING

生活模拟（超休闲）：Lion Studios、Voodoo、Crazy Labs为流量三巨头；ZPLAY增长亮眼

2020年上半年，生活模拟头部厂商中DAU前三的为Lion Studios、Voodoo和Crazy Labs。其中Lion Studios凭借《Ink Inc.》、《Forge Ahead》等一众爆款游戏拥有最大用户池；Voodoo借助上线新游《Spiral Roll》和《Woodturning》的强势增长成为环比增长最快的厂商；Crazy Labs则依靠著名解压游戏《Soap Cutting》、《ASMAR Slicing》用户体量排名第三。此外，ZPLAY通过《Sharpen Blade》、《Lip Art 3D》实现仅次于Voodoo的环比增长。



数据说明：有些厂商的Top30上榜游戏为2020年新发布的游戏，故会产生年度变化0%的情况。

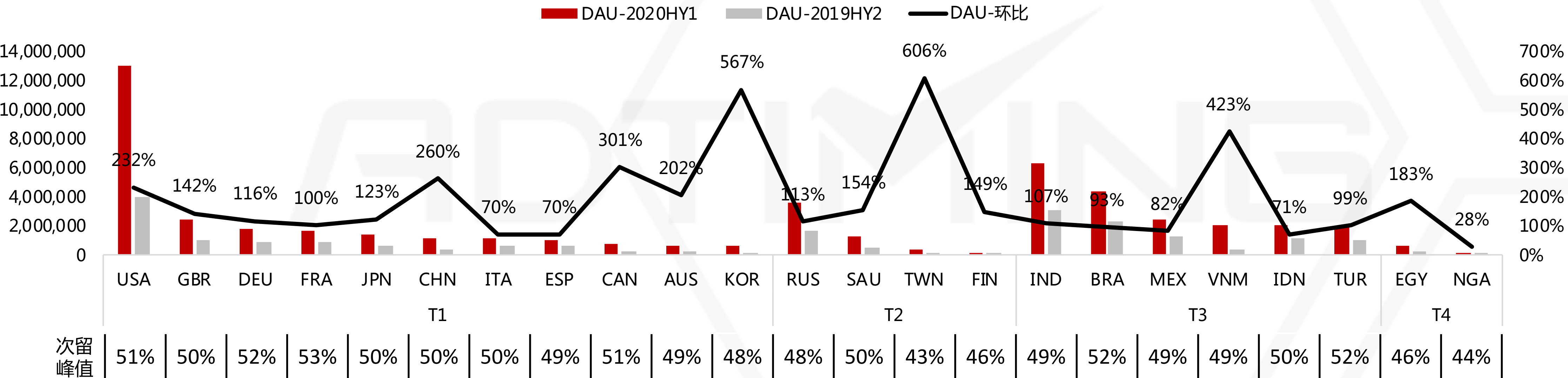
ADTIMING

轻益智（超休闲）：上行品类，美国的DAU最高，韩国的增速最快

BEST TIMING FOR ADS

轻益智跻身下载量和DAU Top10榜单，除台湾地区和尼日利亚以外，DAU环比均呈上升趋势。此类游戏DAU前三的地区为美国、印度和巴西。其中，美国的DAU体量远超其它地区，DAU环比增长232%；韩国的DAU环比增速最大，为567%。次留峰值均超40%，法国、德国、巴西、土耳其的次留高达52%~53%。

轻益智游戏各地DAU表现



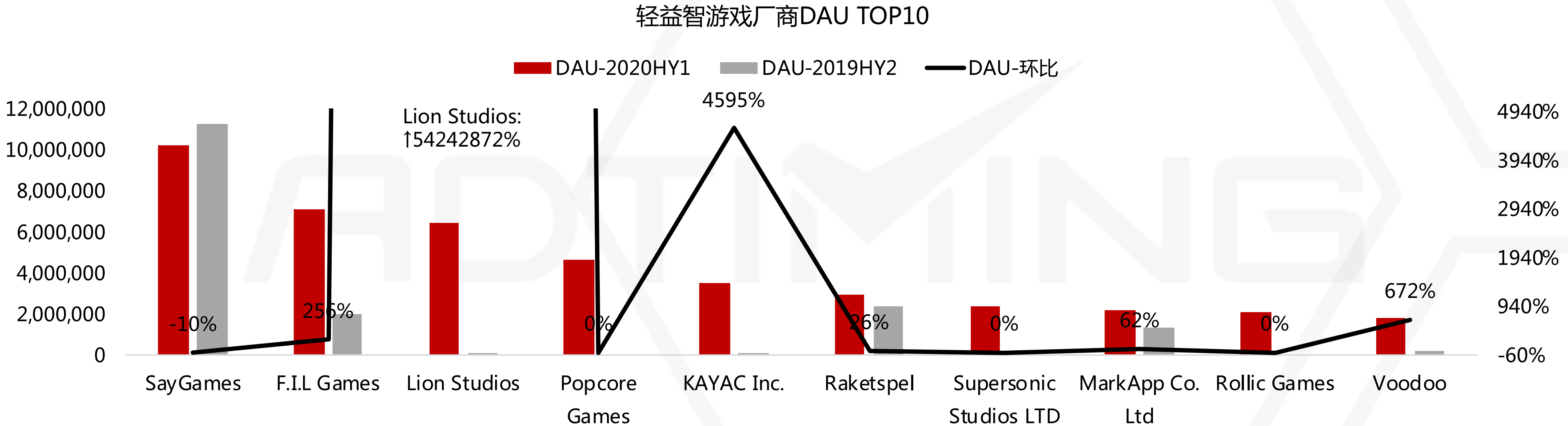
	USA	GBR	DEU	FRA	JPN	CHN	ITA	ESP	CAN	AUS	KOR	RUS	SAU	TWN	FIN	IND	BRA	MEX	VNM	IDN	TUR	EGY	NGA
次留峰值	51%	50%	52%	53%	50%	50%	50%	49%	51%	49%	48%	48%	50%	43%	46%	49%	52%	49%	49%	50%	52%	46%	44%

* 特殊说明：由于Android数据统计渠道的问题，中国仅为iOS平台的数据。
* 特殊说明：有的品类TOP30游戏均为2020年新游，所以会缺失2019年的数据，导致出现0%的环比变化情况。
* 数据来源：Apptopia，其中留存数据存在偏差，可能会低于真实留存数据。

ADTIMING

轻益智（超休闲）：榜首SayGames呈DAU下滑趋势，Lion Studios实现强势增长

轻益智游戏在2020年的流量池主要依靠SayGames、F.I.L Games、Lion Studios支撑，虽然SayGames依靠《Sand Balls》在德国、西班牙、巴西多地区的火热，但因缺少后续接棒作品，故环比已出现一定程度的下滑（-10%）； F.I.L Games凭借《Rescue Cut》、《Rescue Road》多地开花跻身榜单前二； Lion Studios依靠《Save The Girl!》的火热成为前三名之增长最快的厂商

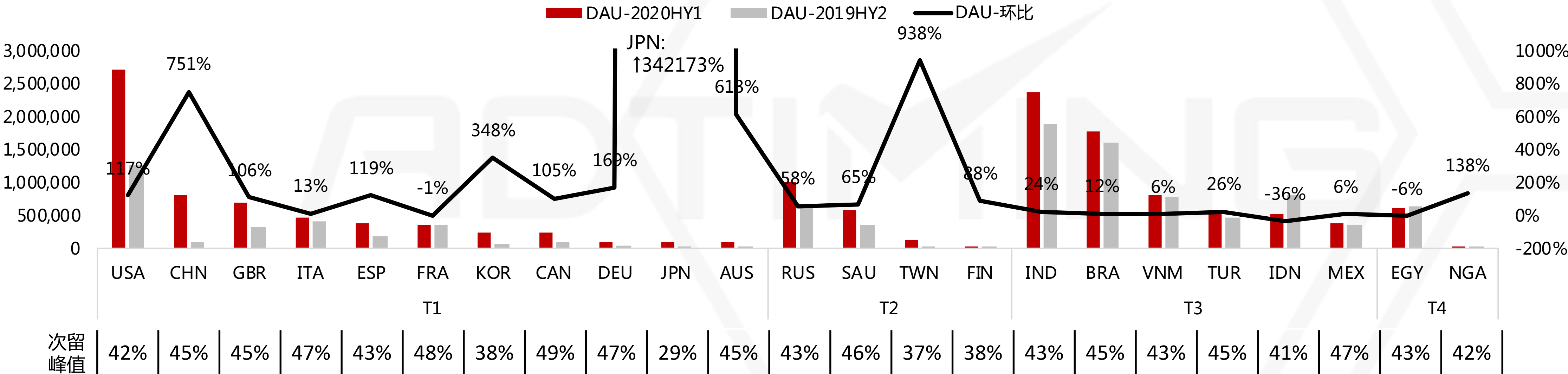


数据说明：有些厂商的Top30上榜游戏为2020年新发布的游戏，故会产生年度变化0%的情况。

ADTIMING

敏捷操作（超休闲）：稳定发展，在美国、印度、巴西持续火热，法国、印尼、埃及下行

T3中印度提供可观的活跃用户，体量仅次于美国，且环比上涨达24%。实现高速增长的地区有中国iOS、日本、台湾，其中日本主要依靠《Tofu Girl》实现高速增长，但日本对超休闲游戏的偏好度较低，单个游戏表现不能说明整个市场的增长；中国iOS同理，主要依靠《Walk Master》实现增长。法国、印尼、埃及的DAU相比2019年下半年环比下行。从留存角度看，除了日、韩、台、芬，其它地区超40%。

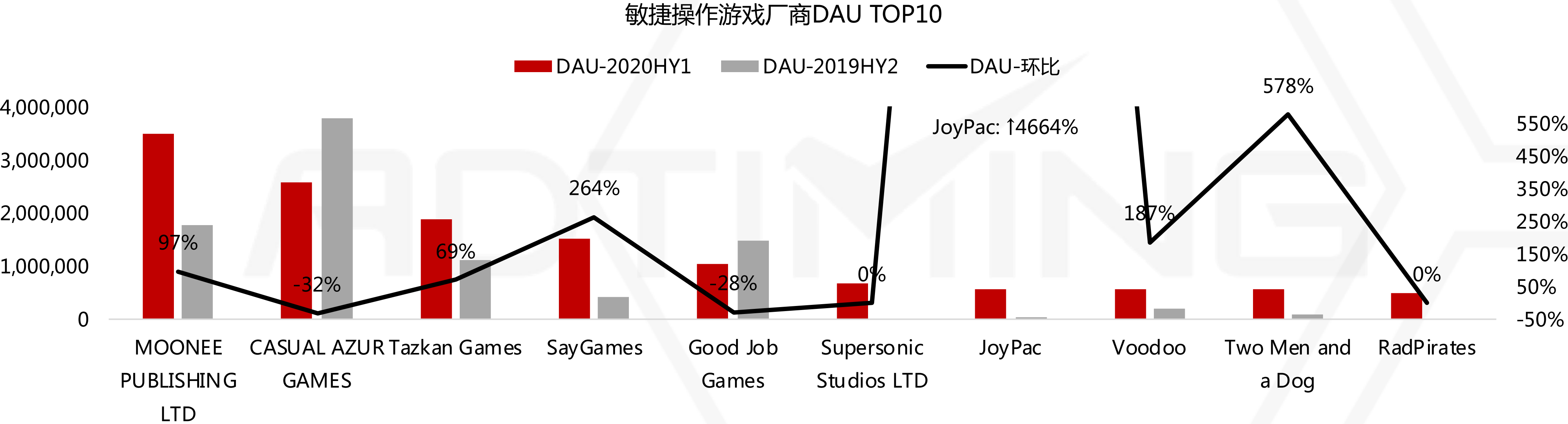


* 特殊说明：由于Android数据统计渠道的问题，中国地区仅为iOS平台的数据。
* 数据来源：Apptopia，其中留存数据存在偏差，可能会低于真实留存数据。

BEST TIMING FOR ADS
ADTIMING

敏捷操作（超休闲）：Good Job Games贡献主要活跃用户，Joy Pac实现最快增长

由数据可知，敏捷操作游戏领域最大玩家为MOONEE PUBLISHING LTD，其DAU高于其它厂商，主要依靠《Square Bird》的多地投放策略实现97%的环比增长。该品类的DAU Top10厂商有增长也有下跌，其中尤其是Joy Pac凭借单个爆款《Tofu Girl》在中国大陆（iOS）及台湾地区、越南、日本、韩国、印尼跻身榜单Top30。



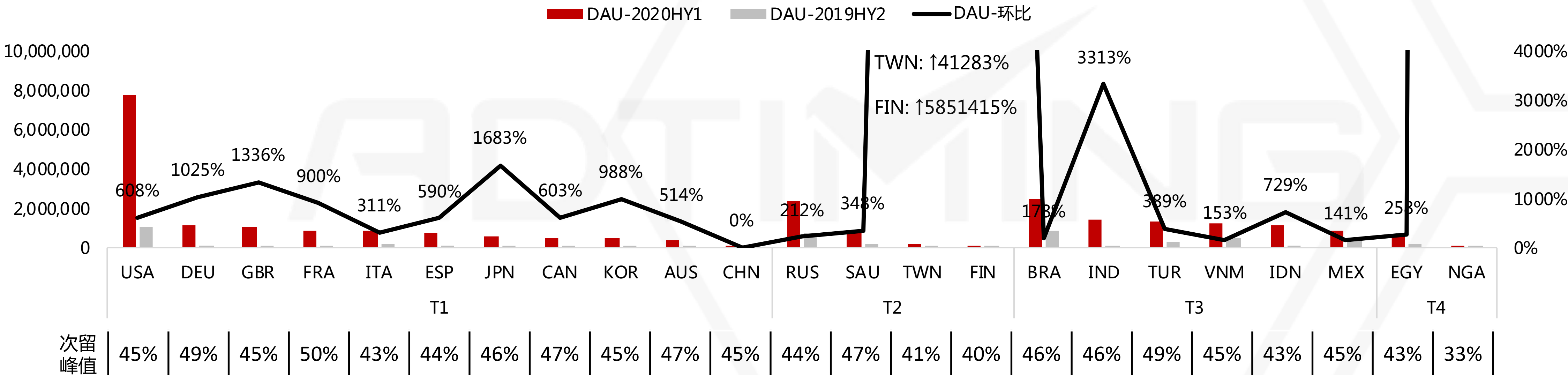
数据说明：有些厂商的Top30上榜游戏为2020年新发布的游戏，故会产生年度变化0%的情况。

轻动作（超休闲）：新秀品类，活跃用户主要由美、巴、俄提供

BEST TIMING FOR ADS

轻动作类作为2020年上半年的新秀品类，DAU环比全线上涨（尼日利亚除外），其中台湾地区和芬兰由于用户体量基数较小，增速最突出。美国是这个品类最大的流量池，提供主要活跃用户的同时，DAU增量最大，环比涨幅达608%。除此之外，巴西和俄罗斯的活跃用户数也比较高。从留存角度看，次留整体较高，绝大部分地区在45%以上，法国的次留峰值高达50%。

轻动作游戏各地DAU表现

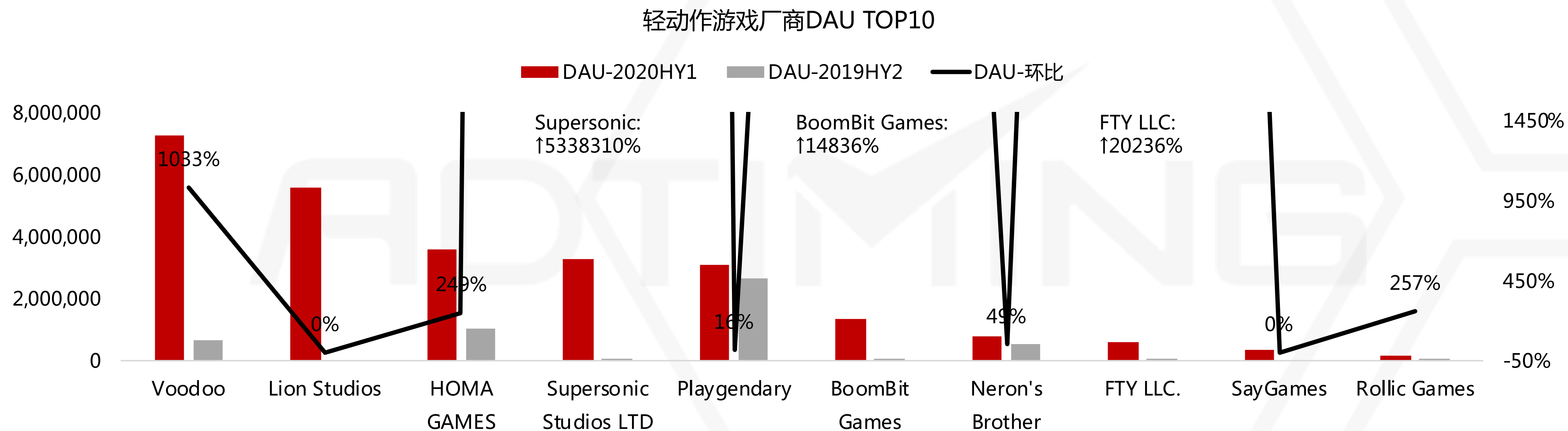


* 特殊说明：由于Android数据统计渠道的问题，中国仅为iOS平台的数据。
* 特殊说明：有的品类TOP30游戏均为2020年新游，所以会缺失2019年的数据，导致出现0%的环比变化情况。
* 数据来源：Apptopia，其中留存数据存在偏差，可能会低于真实留存数据。

ADTIMING

轻动作（超休闲）：Voodoo领军，Supersonic Studios增速最可观

轻动作游戏的活跃用户主要来自于Voodoo、Lion Studios和HOMA GAMES。其中Voodoo后来居上取代Playgendary及HOMA GAMES的市场地位，凭借《Tower Run》和《Push 'em all》等的火热成为轻动作领域榜首，并且实现了1033%的环比增长。Supersonic Studios则凭借2020年4月发布的《Ultimate Disc》、《Join Clash》实现最快获客。



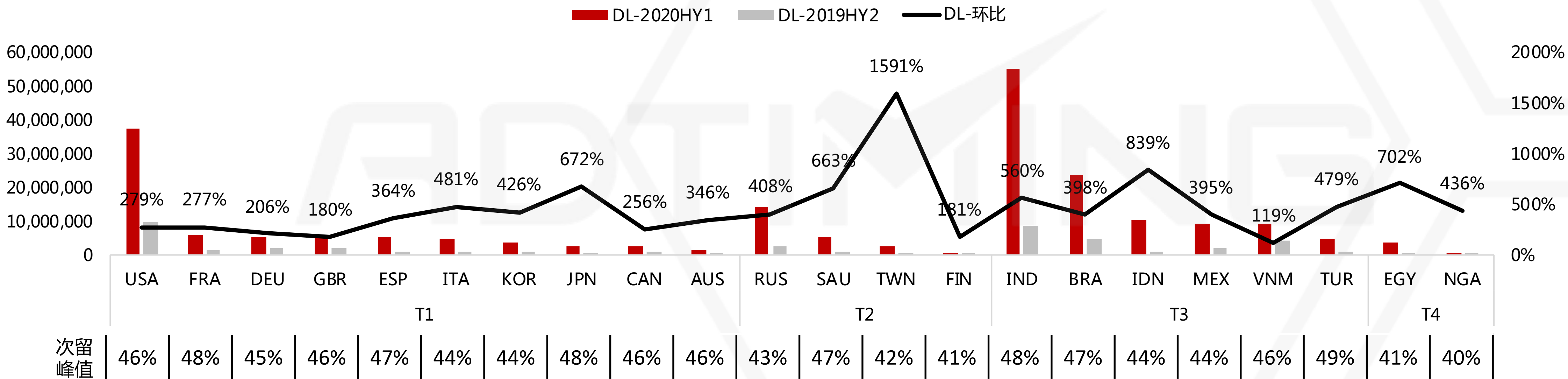
数据说明：有些厂商的Top30上榜游戏为2020年新发布的游戏，故会产生年度变化0%的情况。

ADTIMING

动作射击：新秀品类，传统街机玩法之一，下载量主要由印度、美国和巴西贡献

动作射击类在2020年上半年各地下载量环比均超过100%。主要用户由T3市场的印度和T1的美国贡献，印度在基本盘可观的情况下增量最大，环比涨幅可达560%。T2的台湾地区的DL环比涨幅最高，达1591%。动作射击的次日留存表现均在40%~50%区间内，其中土耳其的表现最为突出，高达49%。

BEST TIMING FOR ADS



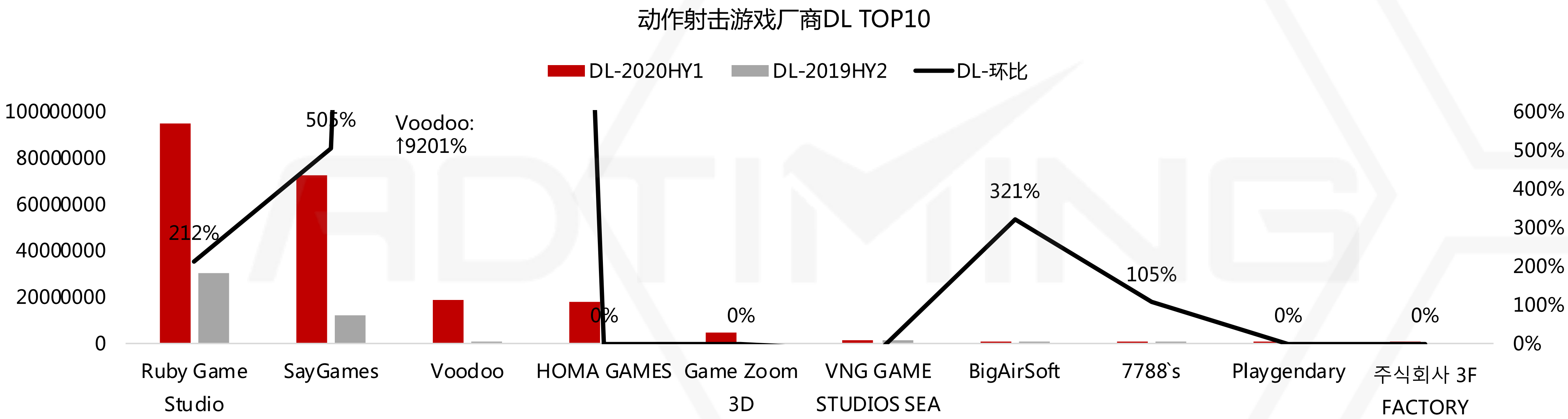
次留峰值	USA	FRA	DEU	GBR	ESP	ITA	KOR	JPN	CAN	AUS	RUS	SAU	TWN	FIN	IND	BRA	IDN	MEX	VNM	TUR	EGY	NGA
	46%	48%	45%	46%	47%	44%	44%	48%	46%	46%	43%	47%	42%	41%	48%	47%	44%	44%	46%	49%	41%	40%

* 数据来源：Apptopia，其中留存数据存在偏差，可能会低于真实留存数据。

ADTIMING

动作射击：Ruby Game Studios和SayGames支撑主要流量，Voodoo再次成为增长黑马

动作射击游戏在2020年上半年实现了流量的大幅度跃升，厂商中以Ruby Game Studios和SayGames为两大支柱。其中Ruby Game Studio主要借助《Hunter Assassin》在多地的优秀表现荣登榜首，SayGames的《Jonny Trigger》也在美国、澳大利亚等多地的DAU Top20榜上有名。此外，休闲、超休闲游戏的“多面手”Voodoo也凭借《Knock ‘em All》和《Super Sniper!》的迅猛增长成为下载量Top10榜单中增长最亮眼的厂商。

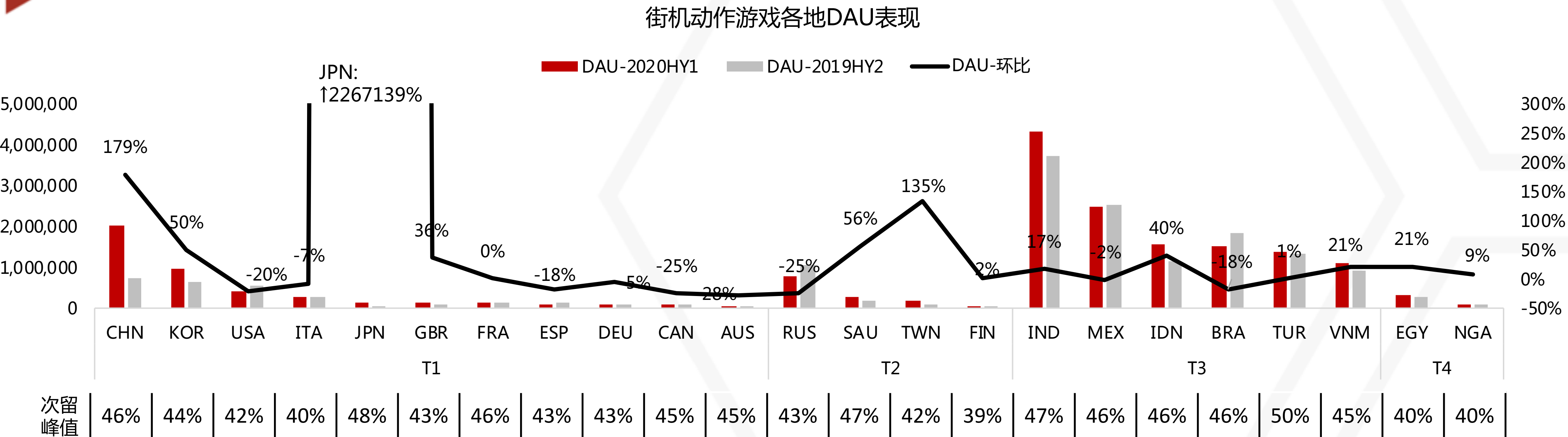


数据说明：有些厂商的头部游戏为2020年新发布的游戏，故会产生年度变化0%的情况。



街机动作：有较强的地区偏好，活跃用户主要集中于T3地区；日本的环比涨幅可观、留存较高

街机动作在2020年上半年活跃用户数量涨幅较大。活跃用户主要由T3提供，此外，中国iOS、韩国、美国、俄罗斯均贡献较大用户体量。DAU环比增速最快的地区为日本（主要由《我功夫特牛》贡献），留存率表现也较为突出，次留高达48%。



* 特殊说明：由于Android数据统计渠道的问题，中国地区仅为iOS平台的数据。
* 数据来源：Apptopia，其中留存数据存在偏差，可能会低于真实留存数据。

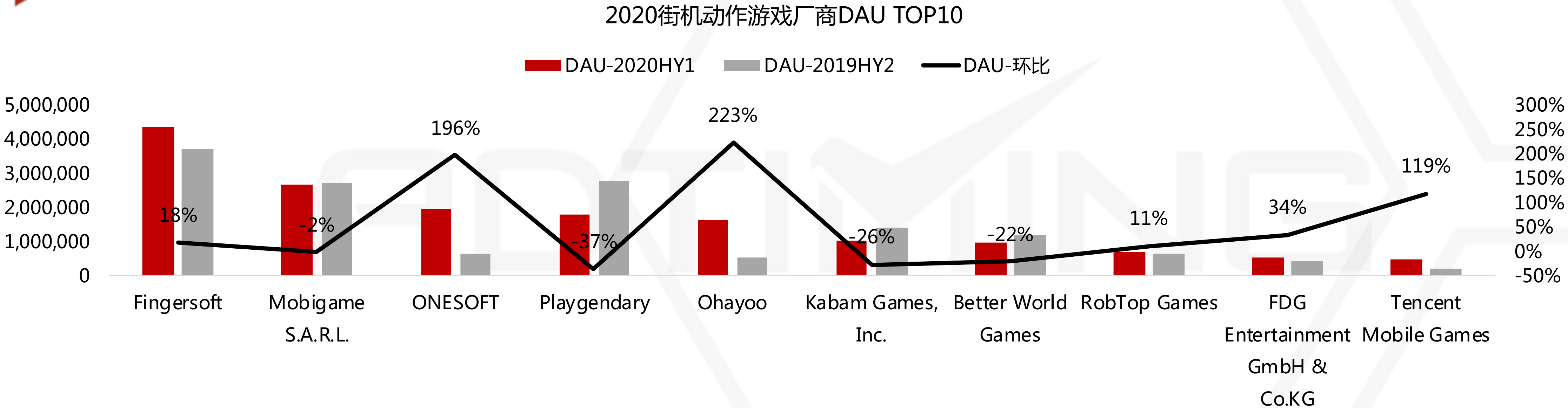
BEST TIMING FOR ADS

ADTIMING

街机动作：Fingersoft依靠爆款老游戏成为品类榜首厂商；Ohayoo在亚洲市场表现优异

BEST TIMING FOR ADS

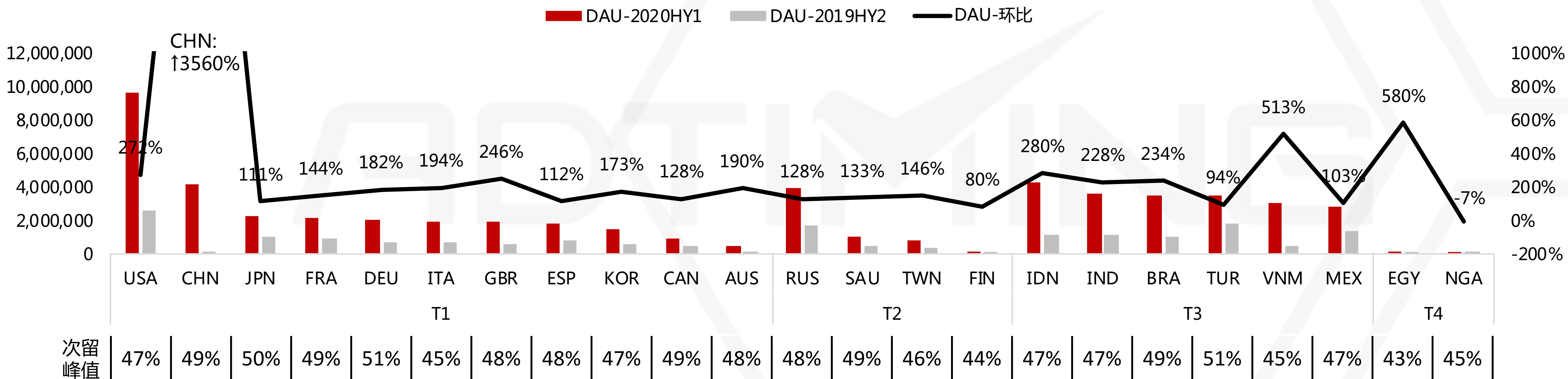
街机动作的主要厂商为Fingersoft、Mobigame S.A.R.L.、ONESOFT。Fingersoft在基本盘已经非常大的情况下还有18%的环比增长，主要得益于《Zombie Tsunami》（2014年4月）的“超长待机”。此外，中国出海厂商Ohayoo的《我功夫特牛》在亚洲市场表现优异，使得Ohayoo成为街机动作品类增速最快的厂商。



ADTIMING

益智解谜：常青玩法，最受美、中和T3地区追捧

益智解谜DAU环比多地上升（除尼日利亚之外），在各地区次留都在43%及以上。美国拥有此类玩法最大流量池，DAU环比增长272%。印尼为益智解谜游戏全球第2大流量池，并实现280%的环比增速。此外，中国iOS的DAU增速最快，有多款新游引爆市场，如《班主任模拟器》、《脑洞大侦探》、《是特工就上100层》、《匠木》等，将中国iOS推至益智解谜用户体量的第3位。越南虽然环比增速快（513%），但次留相对较低（45%）；同梯队的土耳其拿下了最高次留，达51%。



次留峰值	47%	49%	50%	49%	51%	45%	48%	48%	47%	49%	48%	48%	49%	46%	44%	47%	47%	49%	51%	45%	47%	43%	45%

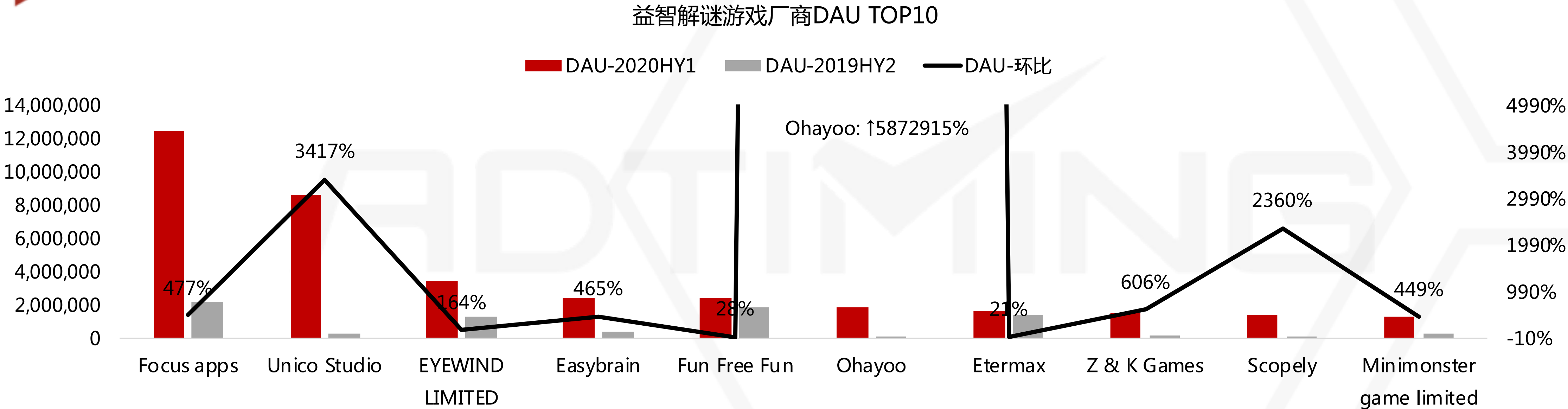
* 特殊说明：由于Android数据统计渠道的问题，中国仅为iOS平台的数据。
* 数据来源：Apptopia，其中留存数据存在偏差，可能会低于真实留存数据。

ADTIMING

益智解谜：Focus apps、Unico Studio、 Ohayoo表现亮眼

益智解谜作为2020年的“顶流”品类，主要由Focus apps、Unico Studio和风眼科技三大厂商支撑。尤其是Focus apps因风靡全球的休闲游戏《Brain Out》成为此品类的“领军人物”。多地冲榜且成绩亮眼的《Wobble Man》帮助Ohayoo赢得此品类下的最快增长。Unico Studio借旗下头部游戏《Brain Test》、《Brain Test 2》在T1～T3国家的火热拿下环比增长第二、DAU绝对值第二的佳绩。

BEST TIMING FOR ADS

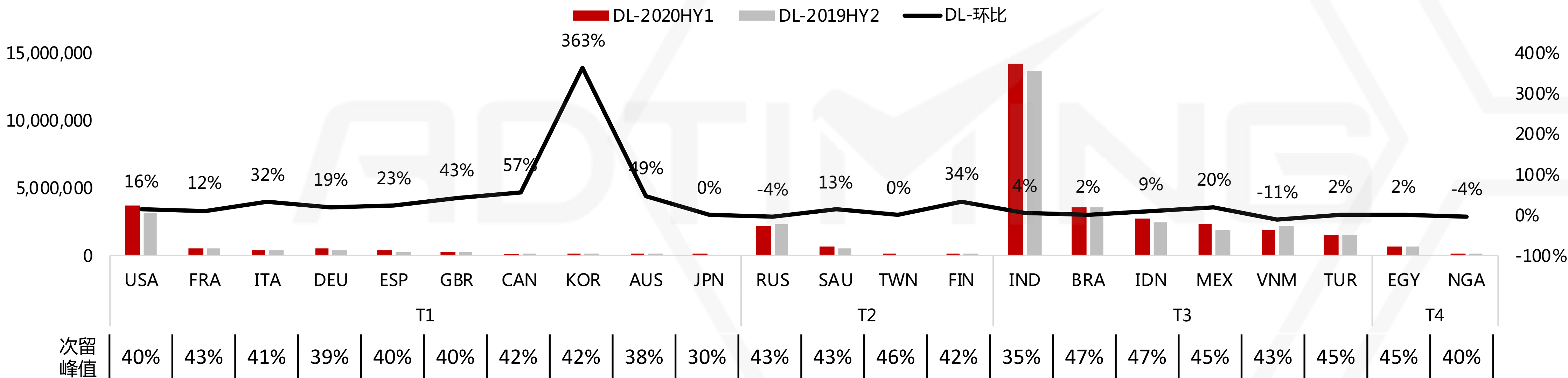


ADTIMING

跑酷：传统热门玩法，2020年上半年主要在T3地区获客，下载量主要来自印度

2020年上半年，跑酷游戏主要依靠T3地区获客；相比2019年下半年，大部分地区环比均有不同程度的上浮。 其中印度的下载量远超其它地区（下载量高达1400万），巴西和美国的获客力度也较大。跑酷类环比涨幅最高的地区为韩国，达363%，但是基数较小。次留均值在各地区表现良好，大部分在40%上下，其中台湾地区、巴西、印尼次留表现相对突出，高达46%~47%。

BEST TIMING FOR ADS



次留峰值	40%	43%	41%	39%	40%	40%	42%	42%	38%	30%	43%	43%	46%	42%	35%	47%	47%	45%	43%	45%	45%	40%

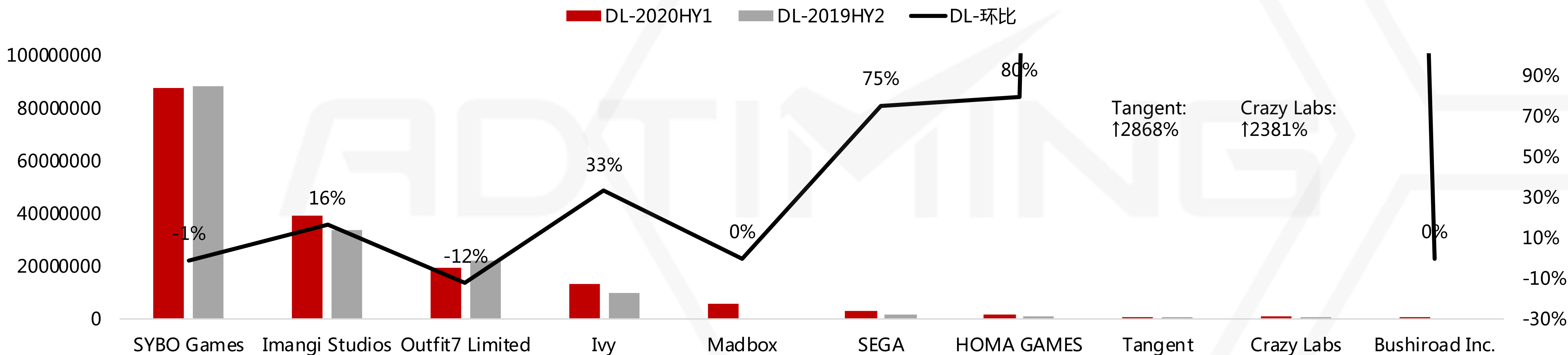
* 数据来源：Apptopia，其中留存数据存在偏差，可能会低于真实留存数据。

ADTIMING

跑酷：最大玩家依旧为SYBO Games，Tangent和Crazy Labs则另开辟市场实现增长

BEST TIMING FOR ADS

由数据可知跑酷游戏的获客主要来自SYBO Games，Imangi Studios和Outfit7 Limited三大厂商。SYBO Games旗下常青游戏《Subway Surfers》跻身沙特等多地DAU Top20榜单，但是整体扩张势头稍有下滑（环比下滑1%）。Imangi Studios依靠《神庙逃亡2》拿下环比16%的增长，而Outfit7 Limited下滑较显著（环比下跌12%）。此外，Tangent和Crazy Labs分别依靠《Bread Run》、《Coin Rush!》在韩国和埃及拿下下载量增速的前二。

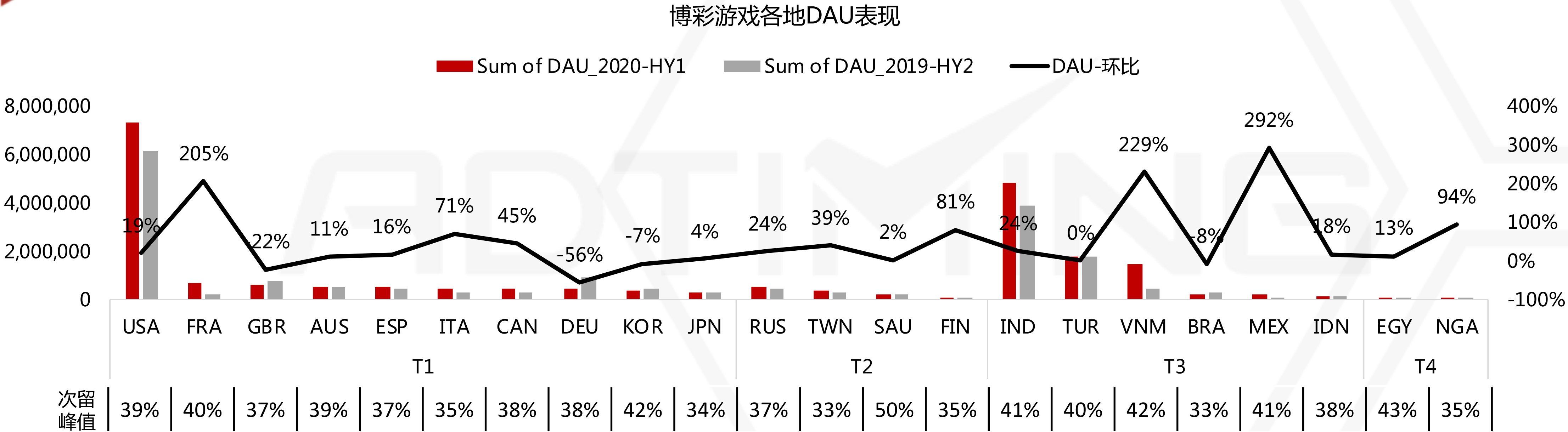


数据说明：有些厂商的Top30上榜游戏为2020年新发布的游戏，故会产生年度变化0%的情况。

ADTIMING

博彩：常青玩法，受到美国、印度、土耳其、越南的用户欢迎

欧美和东南亚地区对博彩游戏的接受度相对较高，2020年上半年，美国、印度的用户体量位列一二，且都保持20%上下的环比增长，土耳其则稳定保持第三位，而越南因产生229%的环比增长而凸显博彩游戏在T3地区极强的生命力。在越南，引起增长的游戏有老虎机（如《THỢ SĂN CÁ》），乐透（如《Tambola - Indian Bingo》）、捕鱼（如《Fishing Casino》）等传统玩法，同时还有“博彩+模拟养成”（如《Coin Master》、《Pirate Kings™》）这样的融合玩法。

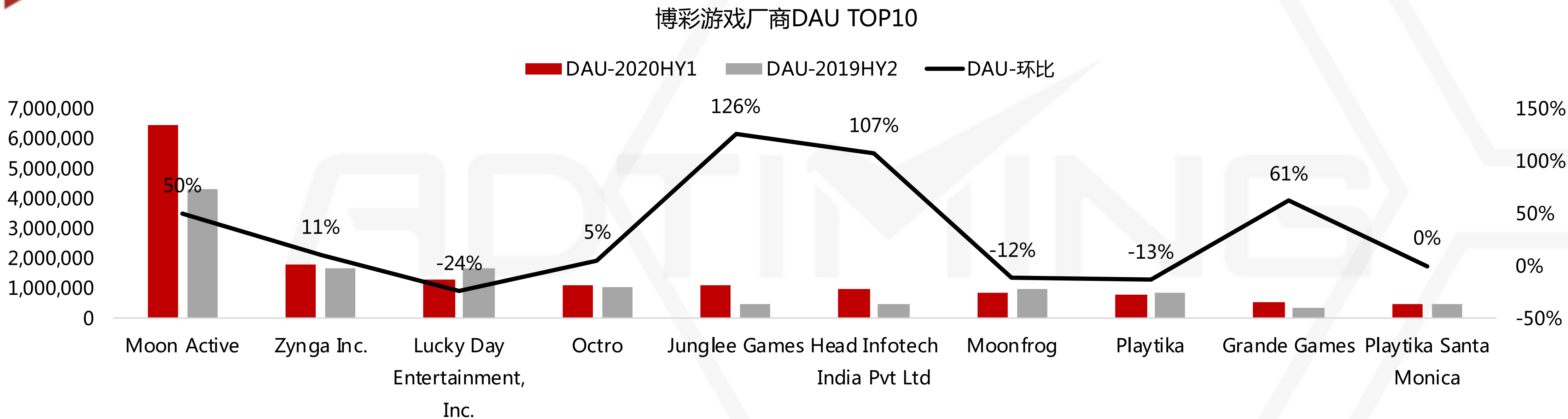


* 数据来源：Apptopia，其中留存数据存在偏差，可能会低于真实留存数据。

ADTIMING

博彩：Moon Active和Lucky Day分别通过融合玩法、网赚跻身前三，Zynga地位稳固

《Coin Master》为Moon Active持续带来增长，在本报告所研究的23个地区中全部上榜Top30。Zynga依旧凭借《Zynga Poker》、《Çanak Okey Plus》等产品牢牢控制扑克的头部市场（除此之外，不得不关注的是Zynga在益智解谜赛道也产生《Words With Friends 2》这样的佳作）。2015年4月上线的《Lucky Day》让其开发者连续保持五年头部博彩市场地位，但在今年上半年，《Lucky Day》的用户增速开始缩水，部分用户可能被爆发的一波网赚游戏分走，而现存用户进入深耕期。

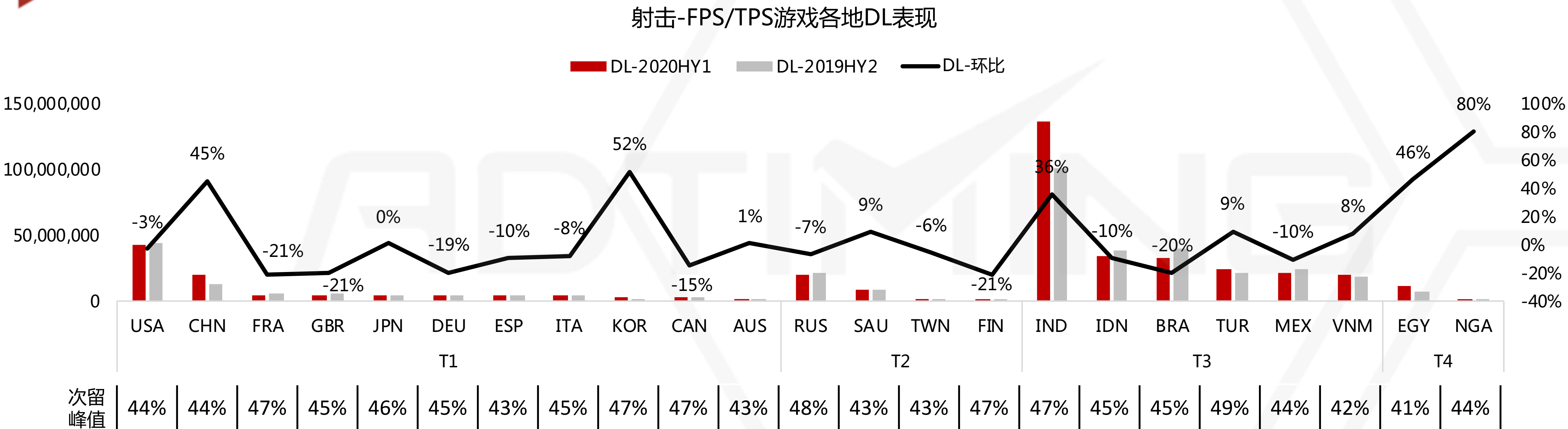


ADTIMING

射击-FPS/TPS：吸金品类，持续获客，新增客源主要来自印度

BEST TIMING FOR ADS

射击-FPS/TPS在各地区均持续获客，但是部分地区环比下降（如法国、德国和芬兰），获客力度不如从前。印度的下载量居各地区榜首，且保持36%的环比上浮。射击-FPS/TPS的次留在各地区表现均在41%及以上。



	USA	CHN	FRA	GBR	JPN	DEU	ESP	ITA	KOR	CAN	AUS	RUS	SAU	TWN	FIN	IND	IDN	BRA	TUR	MEX	VNM	EGY	NGA
次留峰值	44%	44%	47%	45%	46%	45%	43%	45%	47%	47%	43%	48%	43%	43%	47%	47%	45%	45%	49%	44%	42%	41%	44%

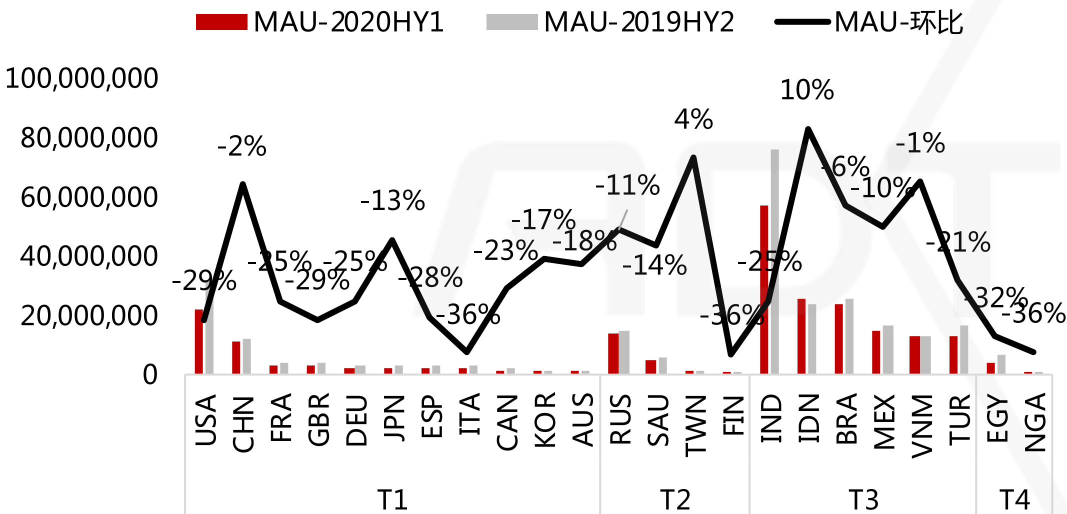
* 特殊说明：由于Android数据统计渠道的问题，中国仅为iOS平台的数据。
* 数据来源：Apptopia，其中留存数据存在偏差，可能会低于真实留存数据。

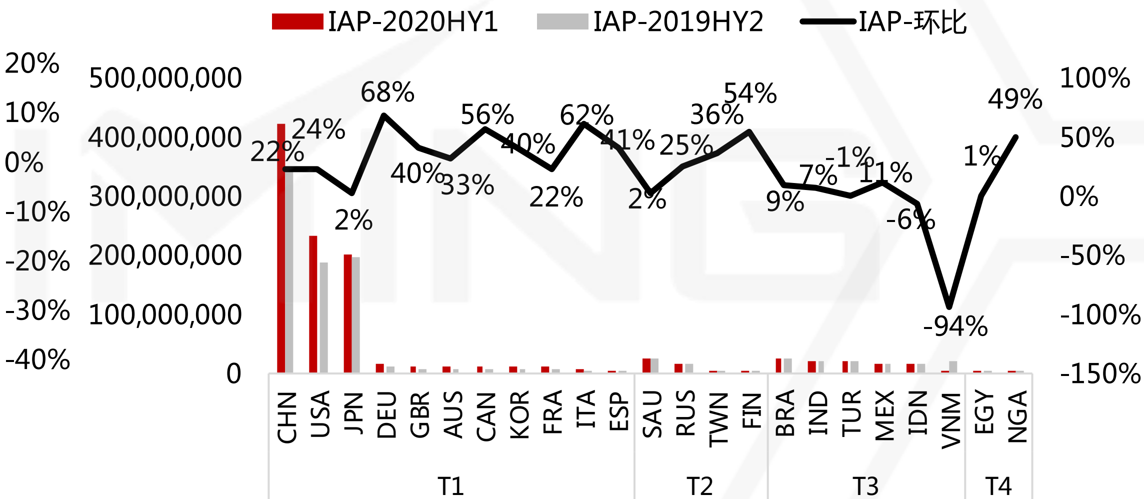
ADTIMING

射击-FPS/TPS：活跃用户主要由T3提供，营收多来自中国、美国、日本

射击-FPS/TPS品类虽在大部分地区MAU均有不同程度的下滑，但是IAP依旧为上涨趋势。从MAU看，T3的印度、印尼、巴西、美国提供大量活跃用户，其中仅印尼MAU保持环比上升趋势（10%），是2020年上半年涨幅第一的地区。

IAP收入主要由中国、美国、日本用户贡献，且整体保持正增长。此外，射击-FPS/TPS在越南的营收下跌显著，环比下降94%。



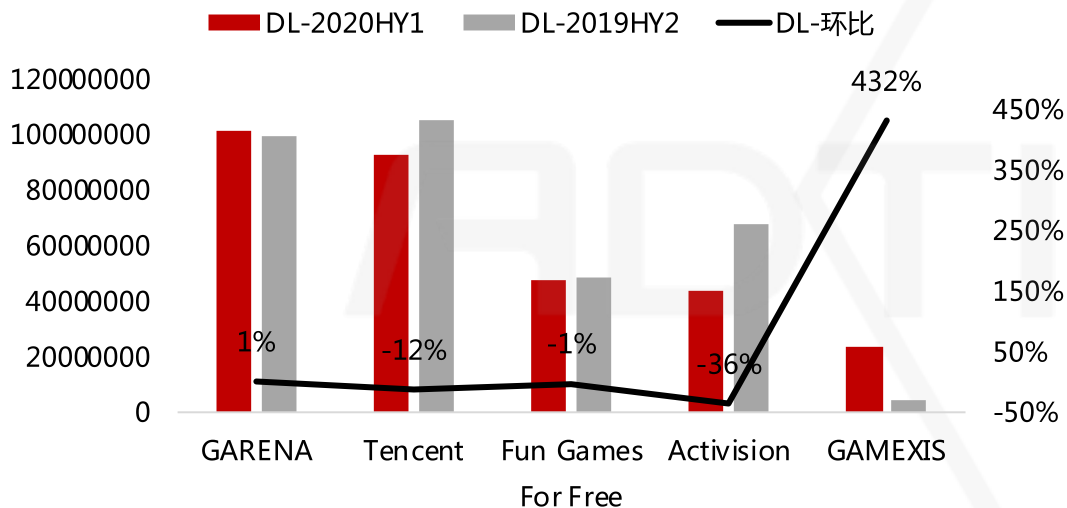


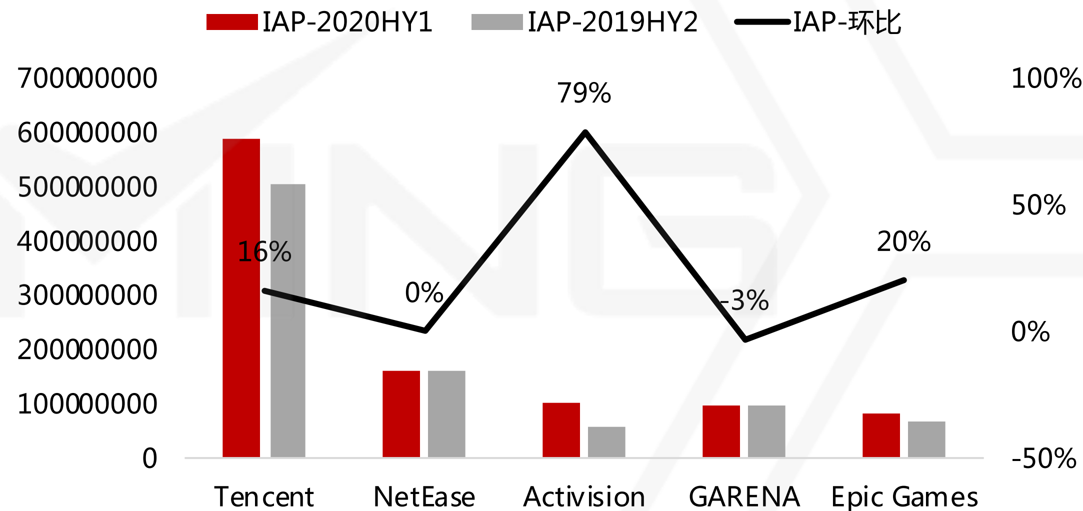
* 特殊说明：由于Android数据统计渠道的问题，中国地区仅为iOS平台的数据。

ADTIMING

射击-FPS/TPS：获客体量GARENA险胜腾讯；IAP营收方面腾讯稳坐第一

从获客力度来看，GARENA凭借《Garena Free Fire》和《Call of Duty》险胜腾讯，是2020年上半年下载量最大的射击-FPS/TPS厂商；反观腾讯，虽依靠代表作《PUBG MOBILE》保住流量优势，但是下载量呈现12%的环比下滑；GAMEXIS则由于T4地区大热的老款游戏《Real Commando Secret Mission》赢得下载量的快速增长（434%）。从IAP营收来看，腾讯依靠《PUBG MOBILE》保持绝对优势，且在下载量缩水的状况下赢得了IAP营收14%的环比增长；Activision由于拿下《Call of Duty》的多地发行权获得了IAP营收的大幅增长（环比上涨79%）。





* 特殊说明：《Call of Duty（Call of Duty）》海外采取分地区发行策略，所以有VNG、GARENA、Activision（动视暴雪）三家海外发行。

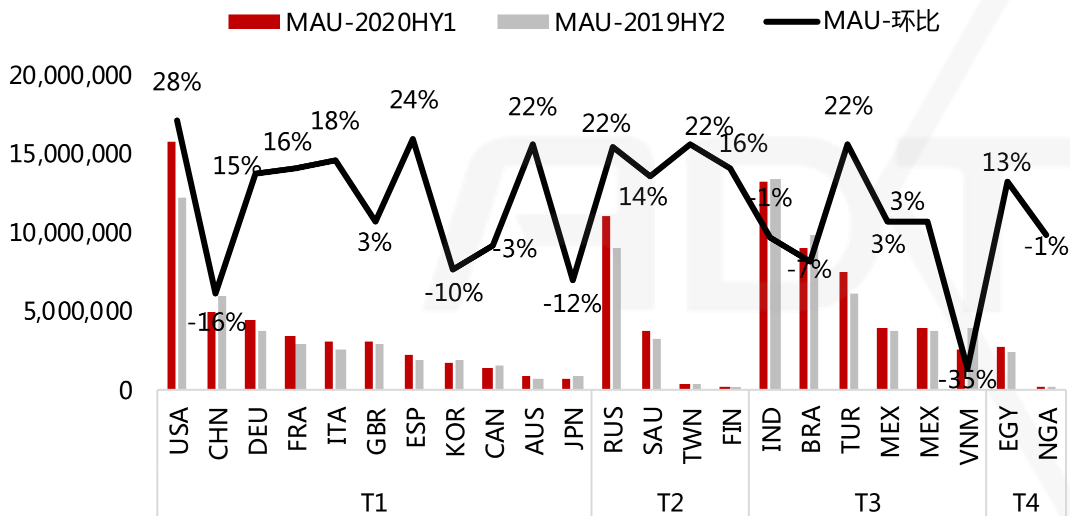
BEST TIMING FOR ADS
ADTIMING

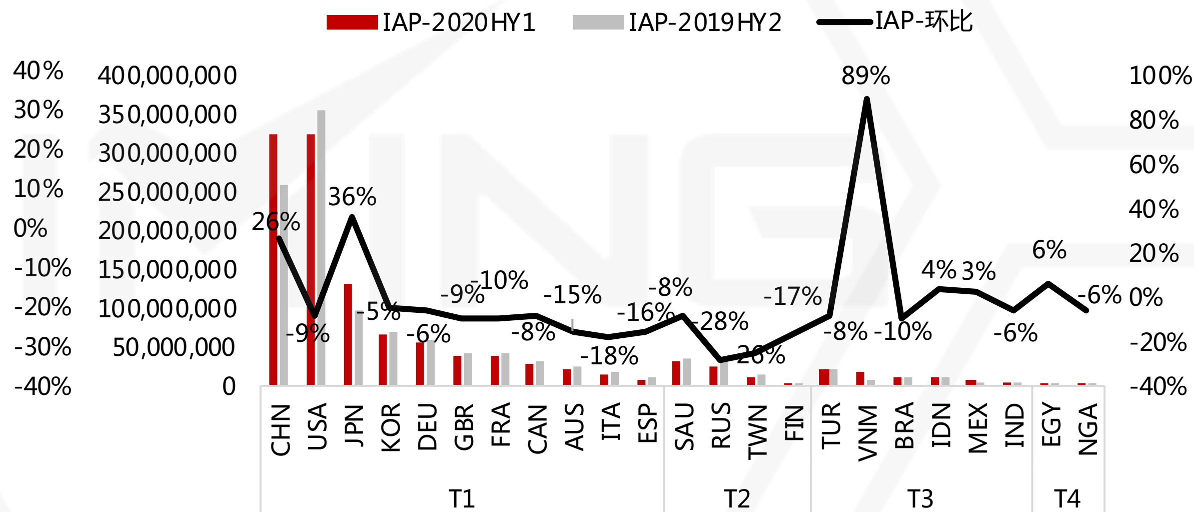
SLG：吸金品类，广受欢迎，营收主要由中、美贡献

SLG活跃用户广受欢迎；营收主要由以中国和美国为首的T1贡献，2020年上半年中国超过美国成为SLG游戏最吸金的地区。从MAU角度看，市场保持较为稳定的发展态势——虽然部分地区有缩水，但是活跃用户数整体较高，且T2整体上涨。

从IAP角度看，两大主要营收地之一的中国IAP环比上升26%，而美国IAP环比缩水9%。另外，越南的营收环比增速最快，达89%。

BEST TIMING FOR ADS





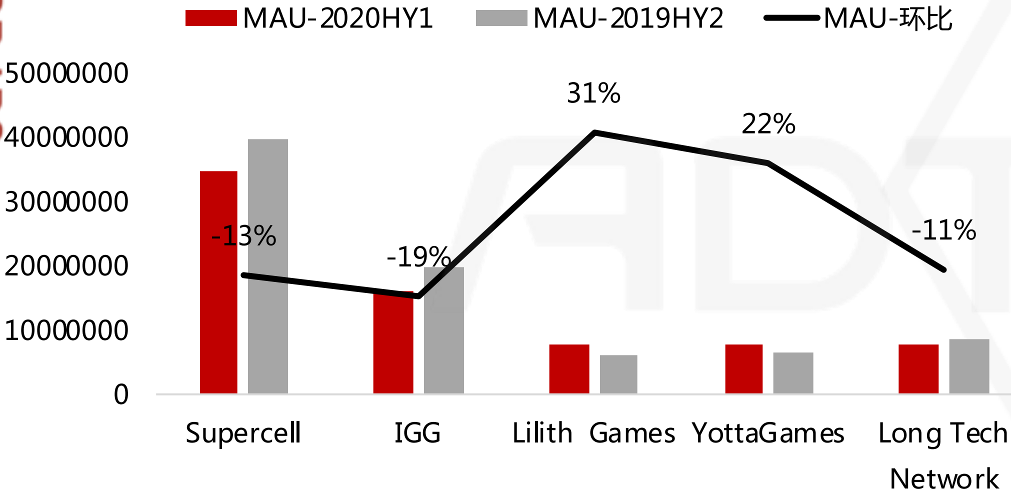
* 特殊说明：由于Android数据统计渠道的问题，中国地区仅为iOS平台的数据。

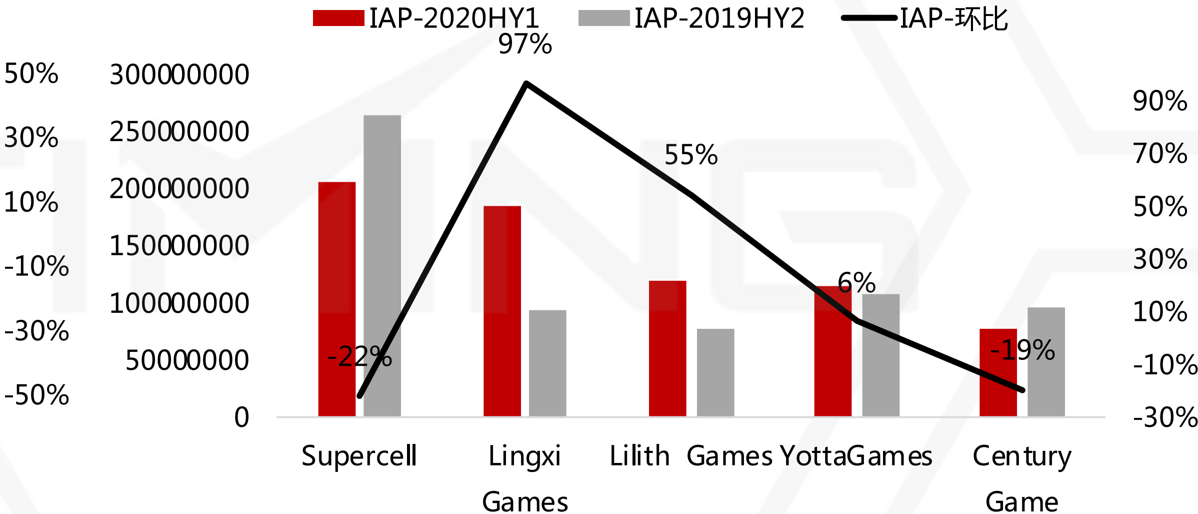
ADTIMING

SLG：Supercell已然是SLG最大赢家；Lingxi Games 依靠中国大陆市场疯狂吸金

Supercell依靠中核SLG《Clash Royal》、《Clash of Clans》稳居SLG厂商流量和IAP营收的双榜榜首，但在SLG部分缩水的大势之下也有一定程度的环比下滑。IGG在活跃用户层面紧随其后，凭借《Lords Mobile》拿下流量池的第二把交椅，而莉莉丝则借助《Rise of Kingdoms》在以亚洲为主的市场拿下增长佳绩。IAP营收层面，Lingxi Games的增长势不可挡，主要由于《三国志·战略版》在中国大陆地区的火热。

BEST TIMING FOR ADS



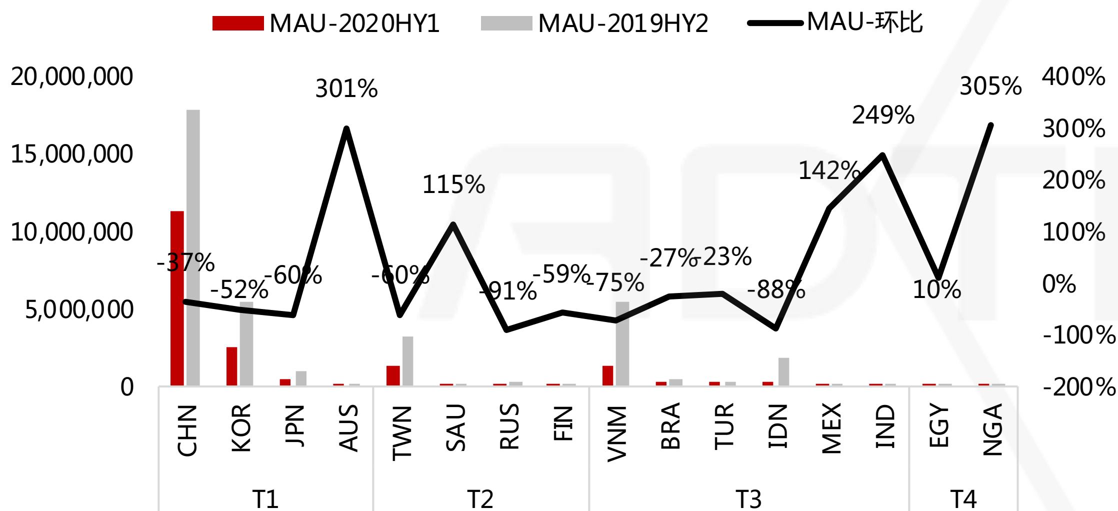


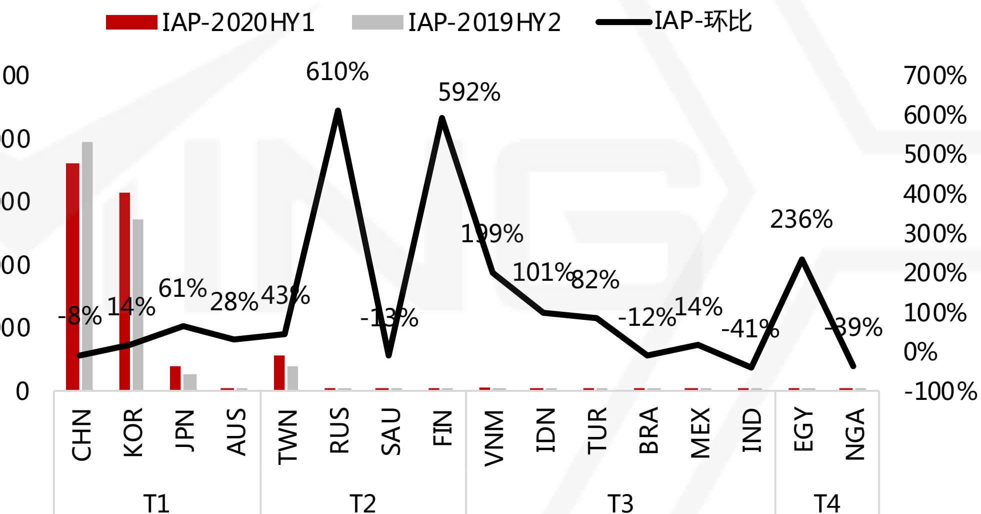
ADTIMING

MMORPG：吸金品类，主要用户、营收来自中国和韩国；用户价值明显走高

MMORPG在亚洲地区均表现突出。从MAU看，大部分地区呈下降趋势，仅澳大利亚和尼日利亚涨幅明显（环比分别为301%和305%）；中国和韩国有最高的MAU绝对值，但是MAU均呈下降趋势。从IAP看，大部分地区呈上涨趋势，其中俄罗斯和芬兰涨幅最明显（环比分别为610%和592%）；主要营收来自中、韩，IAP体量远超其它地区。MMORPG整体呈MAU下降、IAP上涨的趋势，以韩国为例——MAU环比下降52%，IAP环比上涨14%，说明单个用户价值升高。

BEST TIMING FOR ADS





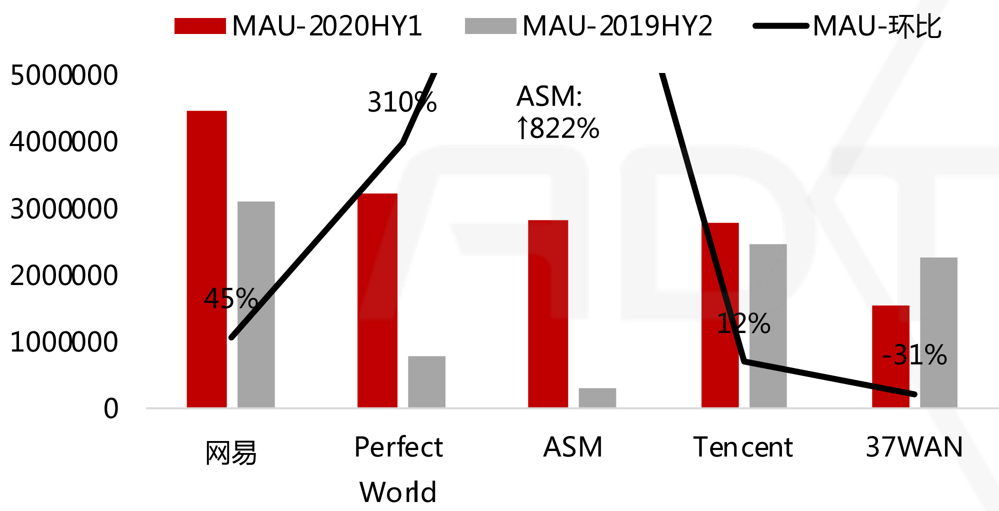
* 特殊说明：由于Android数据统计渠道的问题，中国地区仅为iOS平台的数据。

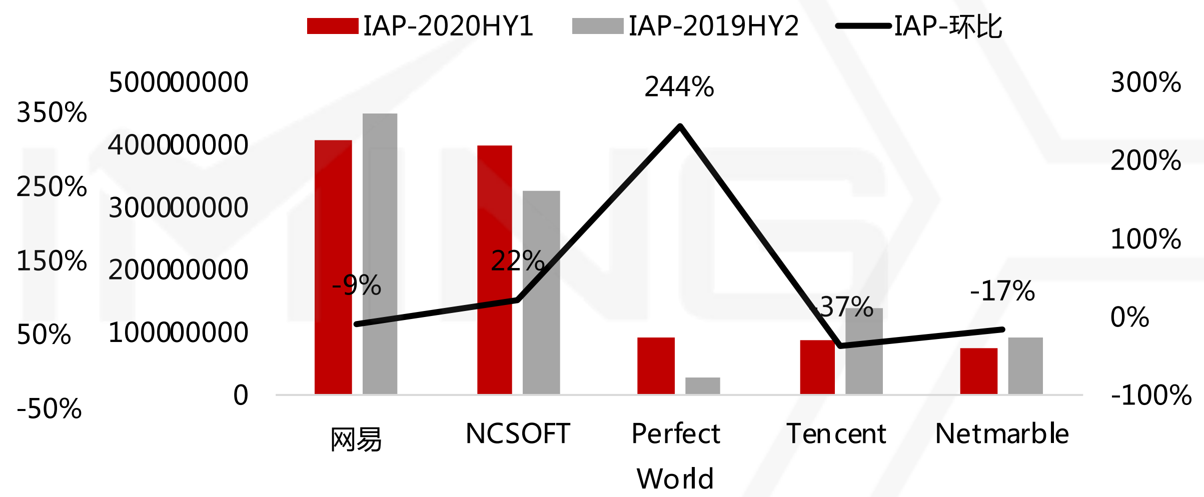
ADTIMING

MMORPG：流量、营收方面网易领先优势突出；完美世界增长亮眼

活跃用户和IAP方面均是网易占据领先优势，其凭借《一梦江湖》、《倩女幽魂》等大IP MMO巨作在领先的优势下增势喜人（环比涨幅45%），用户体量主要是中国市场贡献。ASM则以在越南大热的《MU Đại Thiên Sứ H5》拿下增长势头最佳的称号。完美世界在营收方面虽绝对值相对较小，但增长十分迅速（244%），吸金能力超过腾讯。

BEST TIMING FOR ADS





ADTIMING

本章小结



1. 超休闲中的生活模拟、轻益智、轻动作以及动作射击DAU环比全线增长，美国均有最强的获客能力。
2. 不论是超休闲的轻益智、敏捷操作、轻动作，还是动作射击、街机动作、益智解谜，台湾地区的用户增长均为T2之首。
3. 印度地区对于传统玩法如益智、跑酷、博彩、街机动作的接受度，以及对于射击-FPS/TPS这类硬核吸金游戏的热情都高涨。
4. Lion Studios在超休闲的生活模拟、轻益智、轻动作多面开花。Voodoo的获客增长则更多来源于生活模拟、轻动作和动作射击。
5. 中国出海厂商中，《我功夫特牛》让Ohayoo成为街机动作品类增速最快的厂商，GARENA和腾讯抢占射击-FPS/TPS市场，网易和完美世界则抢滩MMORPG，莉莉丝在SLG和放置游戏拨得头筹。

2020手游各赛道融合玩法

Chapter 4

融合玩法：用户、变现大部分增长；“消除+模拟养成”综合发展，“卡牌+RPG”最吸金

“消除+模拟养成”拥有最大流量池，并保持DAU环比上行48%，IAP环比上行14%的稳定增长。“卡牌+RPG”、“网赚+休闲/超休闲”的DAU排名二、三，前者由1400万玩家贡献了24亿美金收入（环比稳步增长6%），足见这一品类的吸金能力之强大；后者则为2020的新起之秀。

在DAU达到百万级的融合玩法中，“TCG+养成交互AR”、“卡牌+消除”、“网赚+博彩”的DAU和IAP环比下跌。“TCG+养成交互AR”（特指《Pokémon GO》）可能受到了疫情影响；“卡牌+消除”则由于大多数头部游戏发行时间在2017年以前（如《Empires & Puzzles》2016年上线）——产品进入生命中后期是导致各项数据下滑的主要原因。

以下内容将对DAU达到百万量级，且环比保持正增长的融合玩法表现进行剖析。

融合玩法	DAU-2020HY1	环比	IAP-2020HY1($)	环比
消除+模拟养成	34.2M	48%	577.5M	14%
卡牌+RPG	14M	27%	2.4B	6%
网赚+休闲/超休闲	7M	1035%	2.6K	-34%
博彩+模拟养成	6.5M	49%	185M	35%
TCG+养成交互AR	3.7M	-20%	307M	-9%
卡牌+RPG+放置	2.4M	48%	461.9M	139%
卡牌+消除	1.6M	-22%	384.6M	-1%
网赚+博彩	1.4M	-16%	-	-
模拟经营+放置	1M	2037%	124.2K	248%
卡牌+塔防	874.5K	52%	132.1M	60%
RPG+模拟养成	703K	371624%	48M	622132%
卡牌+RPG+消除	502.1K	155%	14.5M	30%
生活模拟+放置	460.9K	588%	23.6K	413%
模拟养成+放置	433.6K	16717%	651.1K	4140%
卡牌+TCG	291.5K	617%	11.5M	106%
卡牌+放置	249.2K	161%	4.4M	516%
卡牌+模拟经营	151.1K	466%	7.6M	2443%
卡牌+合成	80.7K	7583%	1.8M	7711%
卡牌+SLG	70.7K	241%	2M	974%
卡牌+街机动作	68.9K	128%	13.2M	315%
卡牌+模拟养成	62.8K	-	680.6K	-
卡牌+模拟体育	50.1K	614%	10.8M	14%
射击+Roguelike	48.8K	-	6K	-
卡牌+RPG+塔防	27K	-	637.2M	-
卡牌+射击	22.5K	-	95.4K	-
RPG+放置	5K	1%	313K	33%
街机动作+Roguelike	0.7K	11%	3K	-26%

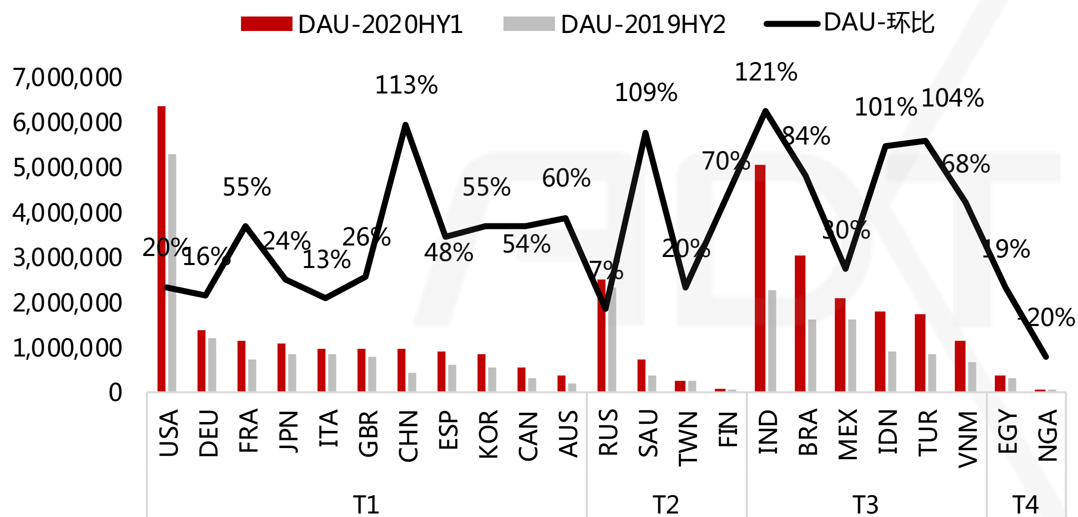
ADTIMING

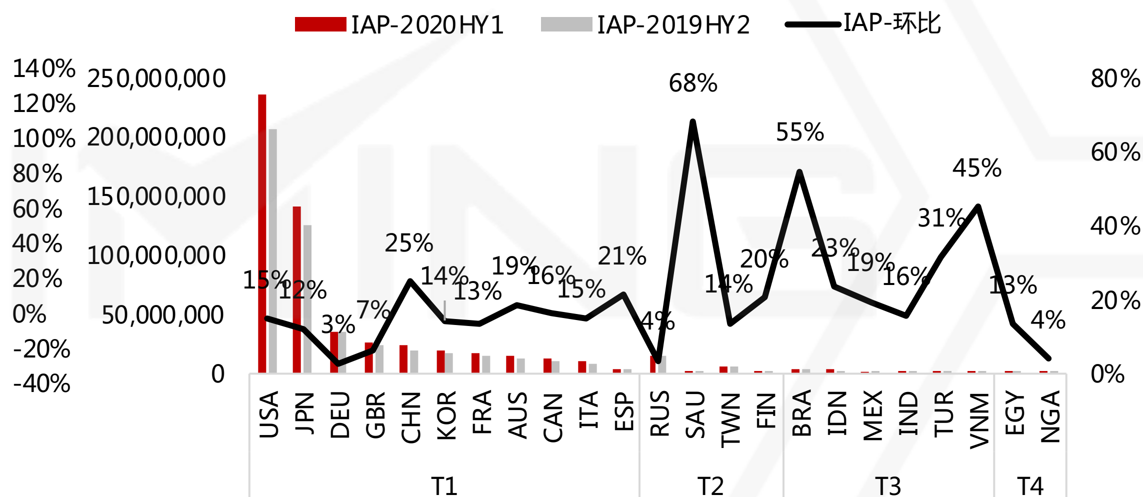
“消除+模拟养成” ：用户、变现几乎全线增长；美国吸量又吸金，T3付费能力有待挖掘

2020年上半年，“消除+模拟养成”的用户体量、IAP基本实现正增长，美国拥有最多用户、且吸金能力最强。对比看来，T1不论是用户体量还是吸金能力，均表现突出；而T3 DAU虽平均表现最佳，但用户付费能力极弱。

1. T1的美国用户体量全球最大，并实现20%正增长；T2中俄罗斯稳定排名第一、沙特增长亮眼（109%）；T3平均用户体量相对更高，以印度（增幅121%）为首的区域实现DAU正增长，印尼、土耳其等地均保持不错的增长潜力。

2. IAP收入主要来自T1，美国排名第一，日本紧随其后，均保持稳定增长。除却T1头部，唯有T2的俄罗斯地区IAP相对偏高，基本与T1的澳大利亚持平。



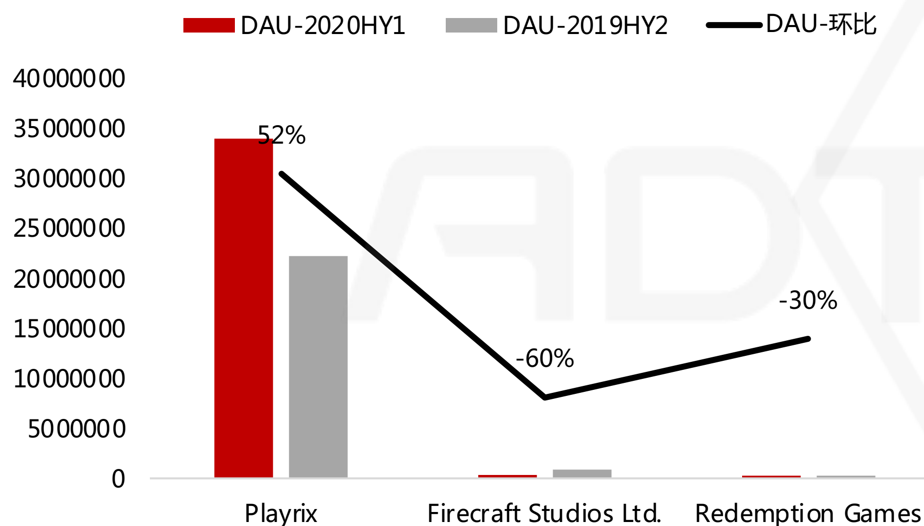


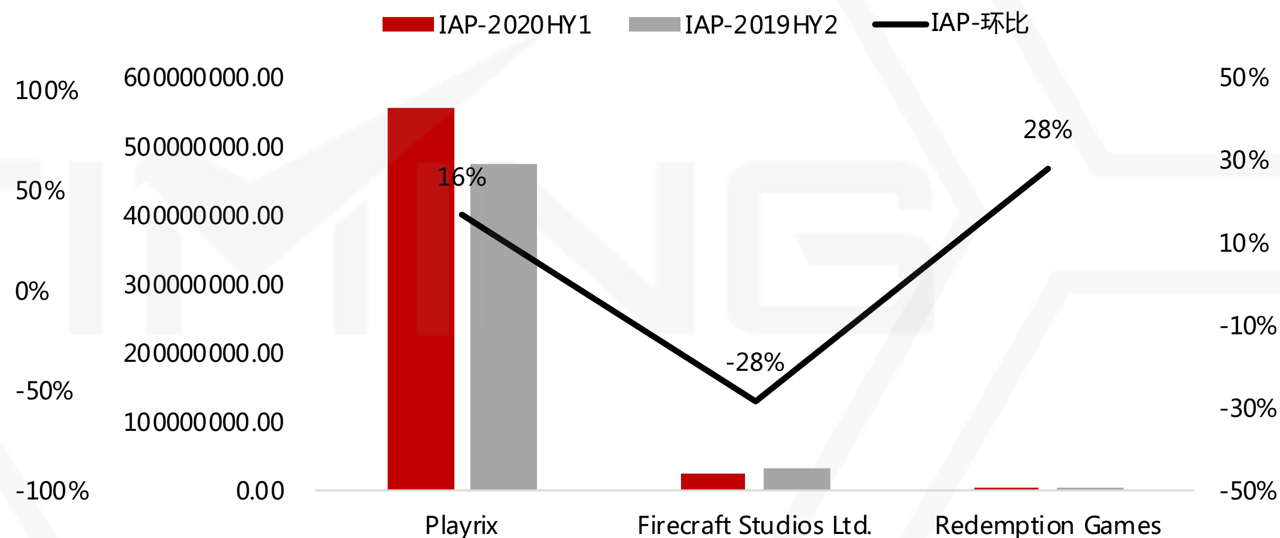
* 特殊说明：由于Android数据统计渠道的问题，中国地区仅为iOS平台的数据。

ADTIMING

“消除+模拟养成” ：Playrix一枝独秀，流量、营收持续增长

“消除+模拟养成”品类大热的红利基本上被Playrix包揽，无论是流量池还是IAP营收方面均一枝独秀，且在DAU方面拿下52%的环比上涨、在IAP方面赢得16%的环比上浮。其优秀成绩主要靠《Homescapes》、《Fishdom》等头部游戏在全球的火热。反观其它厂商，DAU层面均面临缩水，甚至Firecraft Studios Ltd环比缩水60%。IAP层面仅Redemption Games保持一定增长（环比28%），但是相比之下数值过小， Firecraft Studios Ltd更是在IAP数值极小的状况下走低。





ADTIMING

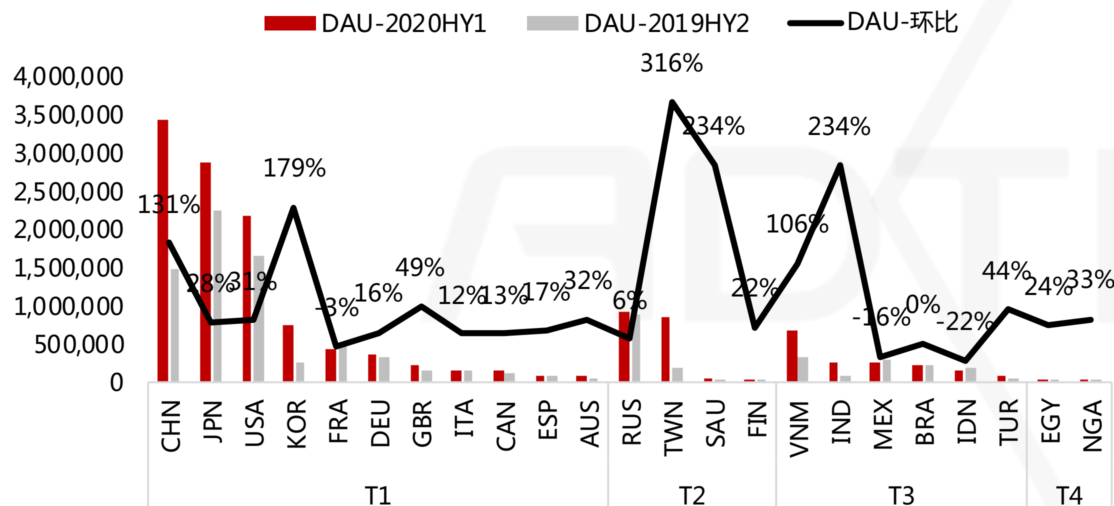
“卡牌+RPG” ：在中国大陆、日本、美国大热，日本吸金能力最可观，台湾地区增长潜力大

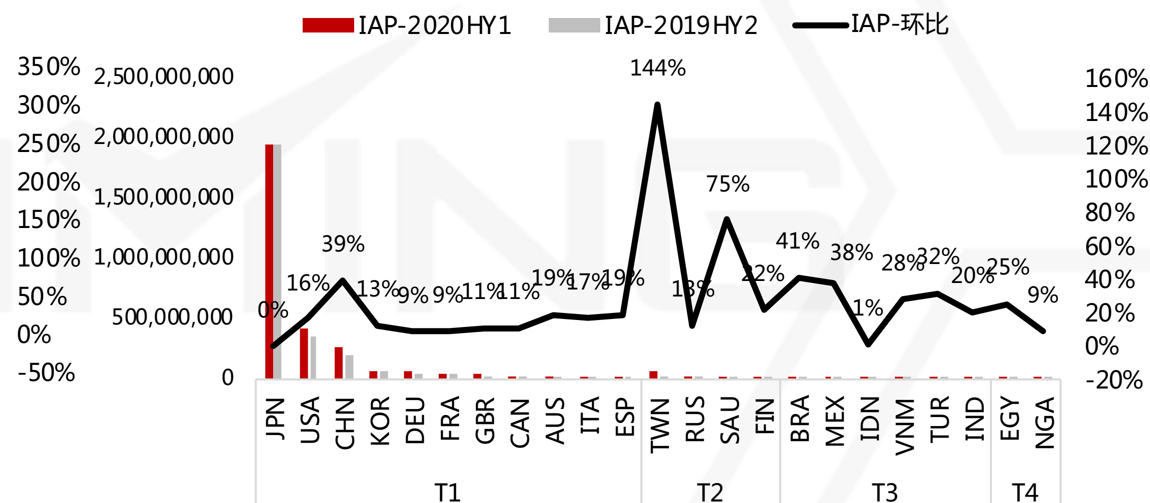
BEST TIMING FOR ADS

“卡牌+RPG”的用户、变现在绝大部分地区实现快速增长，T1头部中国大陆地区、日本、美国三地拥有用户池，日本吸金能力最为可观。T2台湾地区在流量和IAP的增速上表现出较大潜力。

1. 用户主要集中在T1，中国大陆地区超过日本和美国，DAU排名世界第一；T2中俄罗斯稳居第一，台湾地区增幅最大（316%），潜力可观；T3、T4中，越南用户体量和增速最为亮眼（106%）。

2. IAP收入主要来自T1，日本遥遥领先，美国、中国大陆紧随其后，稳定增长；T2的台湾市场表现出可观的增长力，IAP环比上行144%。





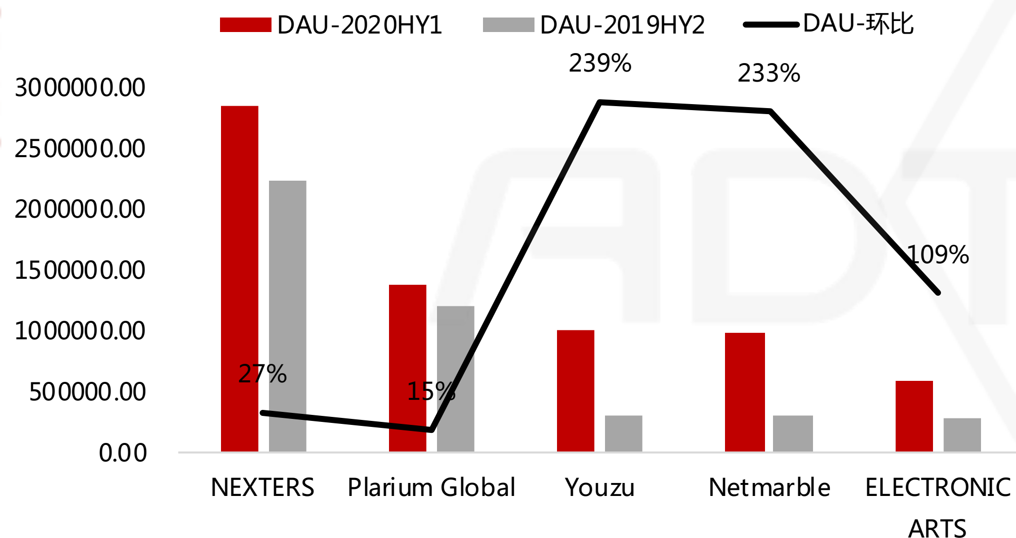
* 特殊说明：有的品类TOP30游戏均为2020年新游，所以会缺失2019年的数据，导致出现0%的环比变化情况。
* 特殊说明：由于Android数据统计渠道的问题，中国地区仅为iOS平台的数据。

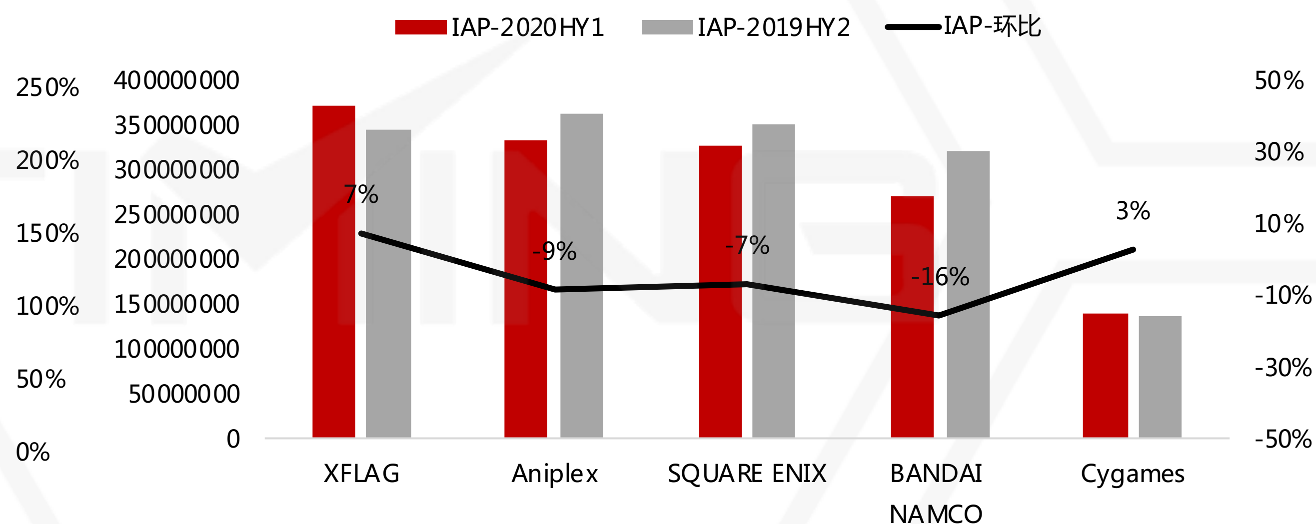
ADTIMING

“卡牌+RPG” ：用户方面NEXTERS占据头部地位；IAP营收层面XFLAG险胜

“卡牌+RPG”厂商在用户体量和IAP营收两个层面表现区别较大。DAU层面，NEXTERS以《Hero Wars》的绝对优势席卷全球大部分地区，游族网络则借助圣斗士IP游戏《Saint Seiya Awakening》拿下最佳增长。IAP营收层面，日本公司XFLAG在本土的《【コラボ実施中】コトダマン - 共闘ことばRPG》和《モンスターストライク》强势吸金，在一众厂商营收缩水的状况下拿下环比7%的增长。

BEST TIMING FOR ADS





ADTIMING

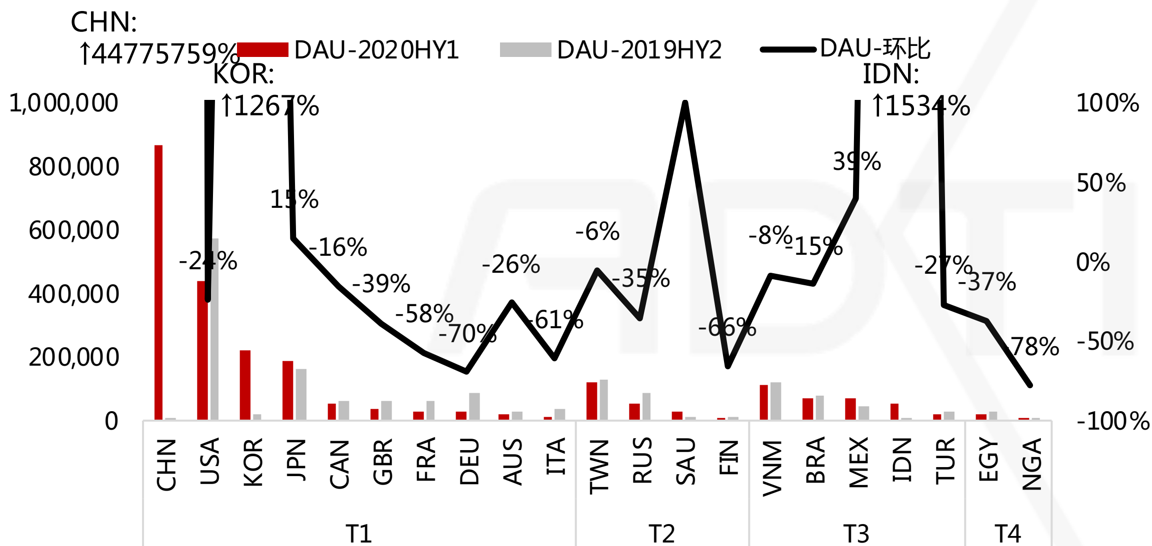
“卡牌+RPG+放置”：用户、变现普遍缩水；中国反向增长，DAU、IAP跃居第一；韩国潜力大

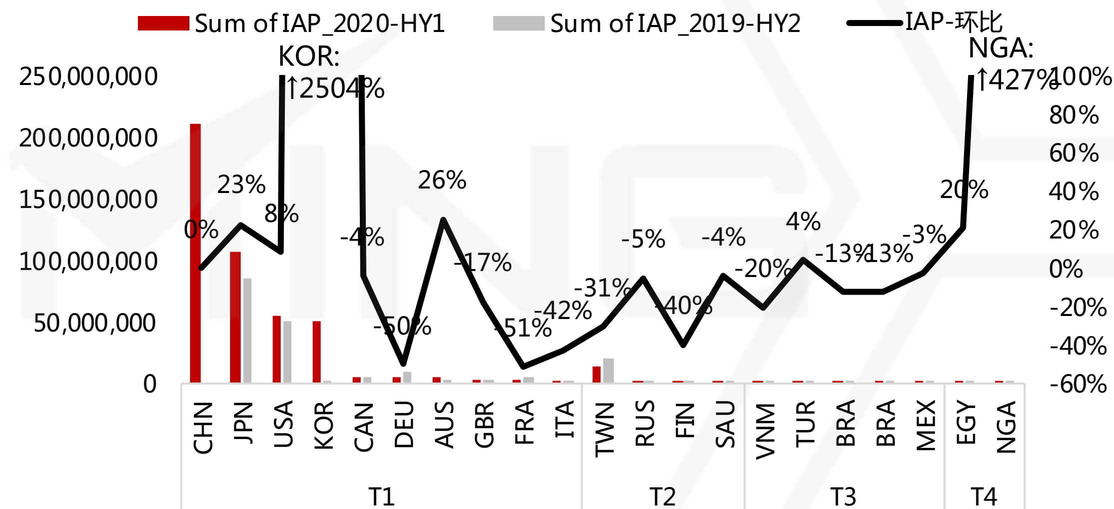
“卡牌+RPG+放置”的用户体量在大部分地区处于缩水态势，唯中国iOS实现DAU和IAP的巨大增长（主要由《剑与远征》带动），成为最吸量、最吸金的地区。而韩国的用户体量和吸金能力表现不俗，在逆势下实现正增长，潜力不容小觑。

1. 流量主要集中在T1，中国iOS实现环比最大增长，超过美国、日本、韩国，DAU体量跃居世界第一；在用户体量大面积缩水的情况下，韩国（T1）、印尼（T3）逆势而上，分别达成高速增长。

2. IAP收入主要来自T1，中国营收能力最为强劲，超过日本成为最吸金的地区。日本、美国、韩国IAP紧随其后，保持稳定增长（韩国增速最快，2504%）。

BEST TIMING FOR ADS



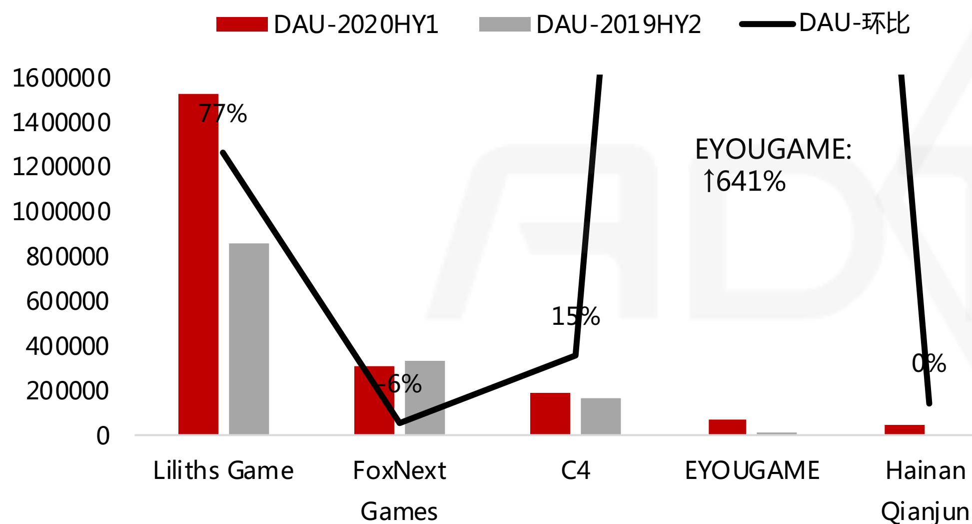


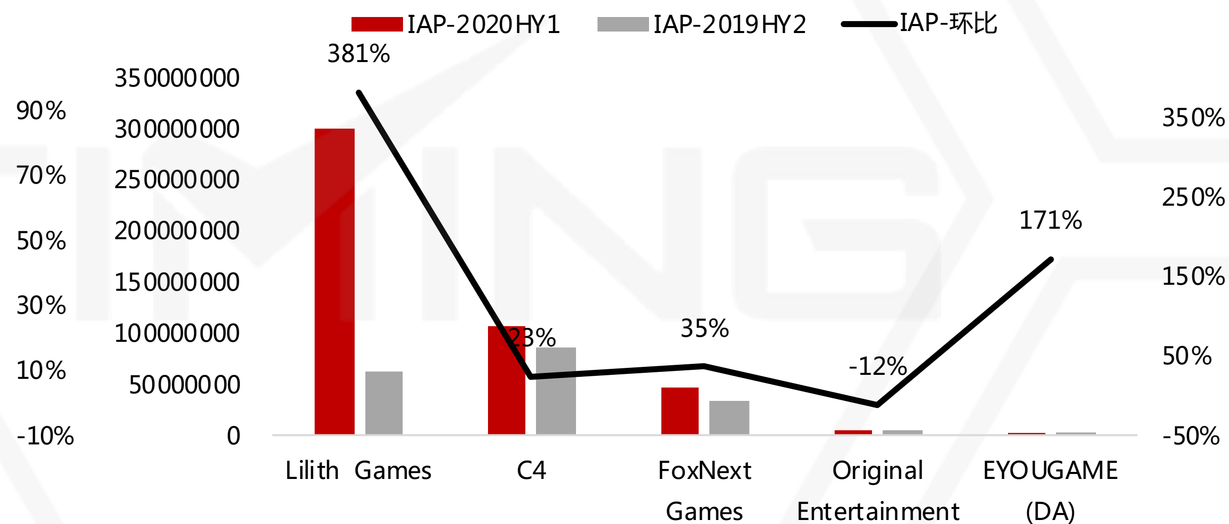
* 特殊说明：有的品类TOP30游戏均为2020年新游，所以会缺失2019年的数据，导致出现0%的环比变化情况。
* 特殊说明：由于Android数据统计渠道的问题，中国地区仅为iOS平台的数据。

ADTIMING

“卡牌+RPG+放置” ：莉莉丝风头一时无两；EYOUGAME增势亮眼

毫无疑问，莉莉丝在“卡牌+RPG+放置”领域的风头一时无两，无论是流量还是IAP营收均拥有绝对领先优势，凭借风靡全球的《剑与远征》赢得DAU环比上涨77%、IAP环比上升381%，迅速与其它厂商拉开身位。此外，EYOUGAME的《诸神学院Smash》在亚洲地区迅速吸量，成为DAU领域中厂商的增长之王。





数据说明：有些厂商的Top30上榜游戏为2020年新发布的游戏，故会产生年度变化0%的情况。

ADTIMING

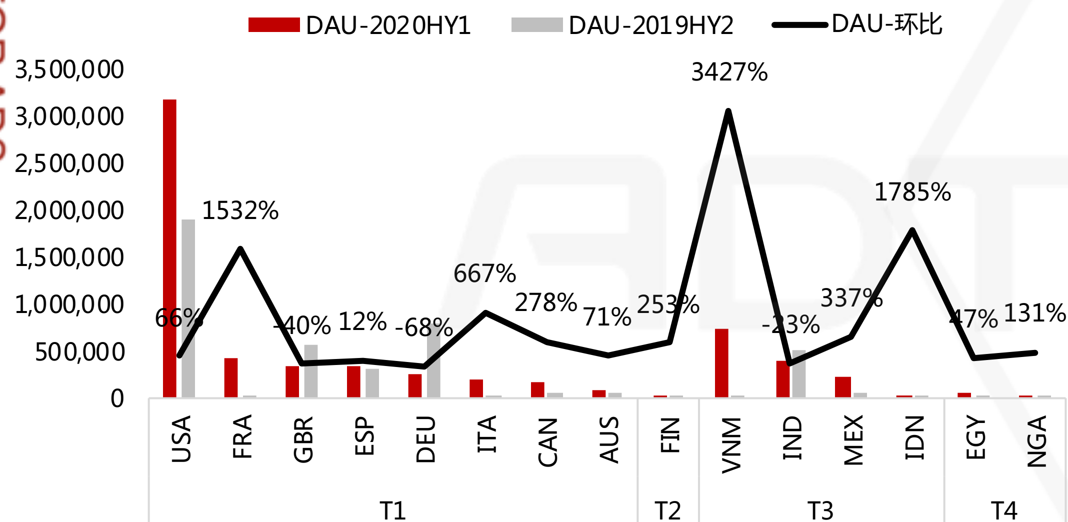
“博彩+模拟养成” ：美国为流量聚集地，并贡献主要营收；越南增长潜力大

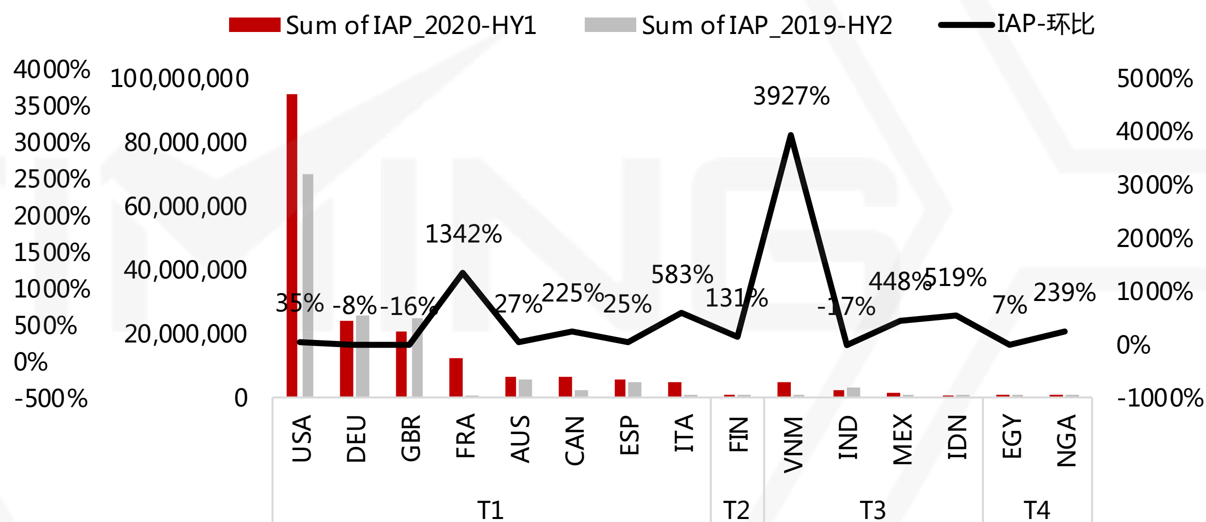
2020年上半年，“博彩+模拟养成” 的用户、变现在大部分地区实现环比正增长。美国整体表现最为亮眼，DAU和IAP体量远超其它地区。越南则展示出巨大潜力——凭借极快的增长速度，DAU、IAP体量均跃居T3第一。

1. 流量主要集中在T1，其次是T3。T1中的美国用户体量全球第一，并保持稳定增长（环比上行66%）；越南DAU环比增长3247%，超过印度跃居T3第一，用户体量仅次于美国地区。

2. IAP收入主要由T1贡献，尤其是美国，IAP体量远超其它地区，并保持35%的环比正增长；在T3中，越南地区IAP增幅（3927%）最大，贡献主要创收。

BEST TIMING FOR ADS





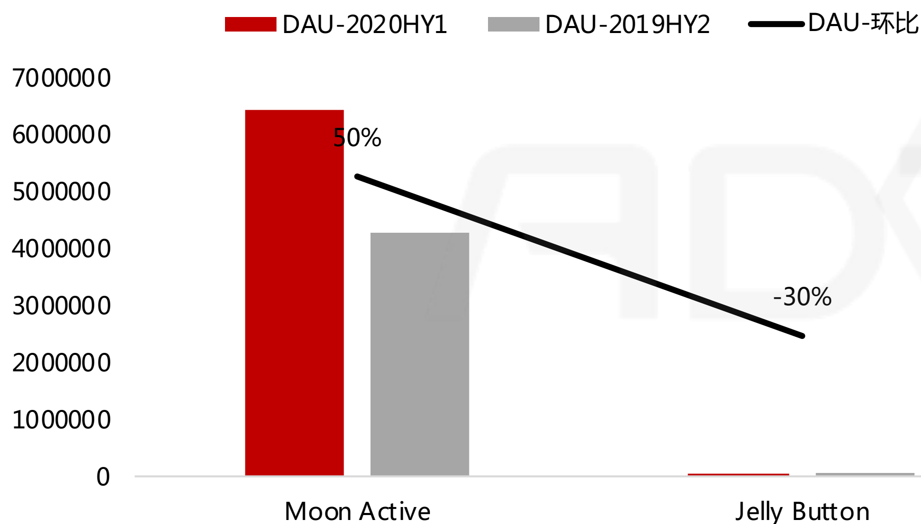
* 特殊说明：有的品类TOP30游戏均为2020年新游，所以会缺失2019年的数据，导致出现0%的环比变化情况。
* 特殊说明：由于Android数据统计渠道的问题，中国地区仅为iOS平台的数据。

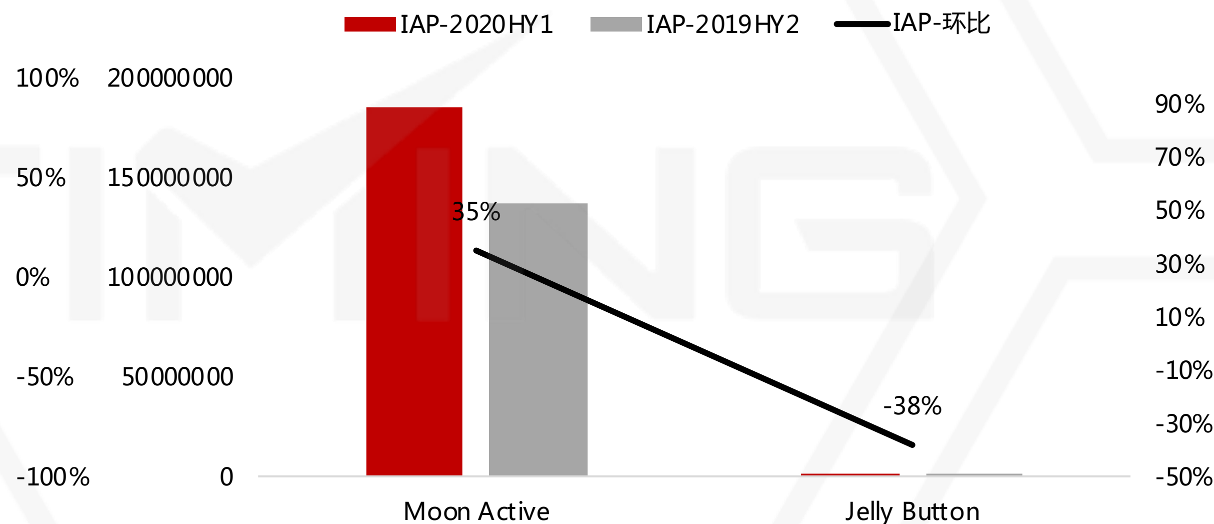
ADTIMING

“博彩+模拟养成” ：Moon Active一家独大，Jelly Button毫无还手之力

“博彩+模拟养成”领域玩家较少，流量和IAP营收均由《Coin Master》的拥有者Moon Active强势支撑。虽为早年上线的游戏，但是生命力极其顽强。而另一玩家Jelly Button则在各方面节节败退。

BEST TIMING FOR ADS

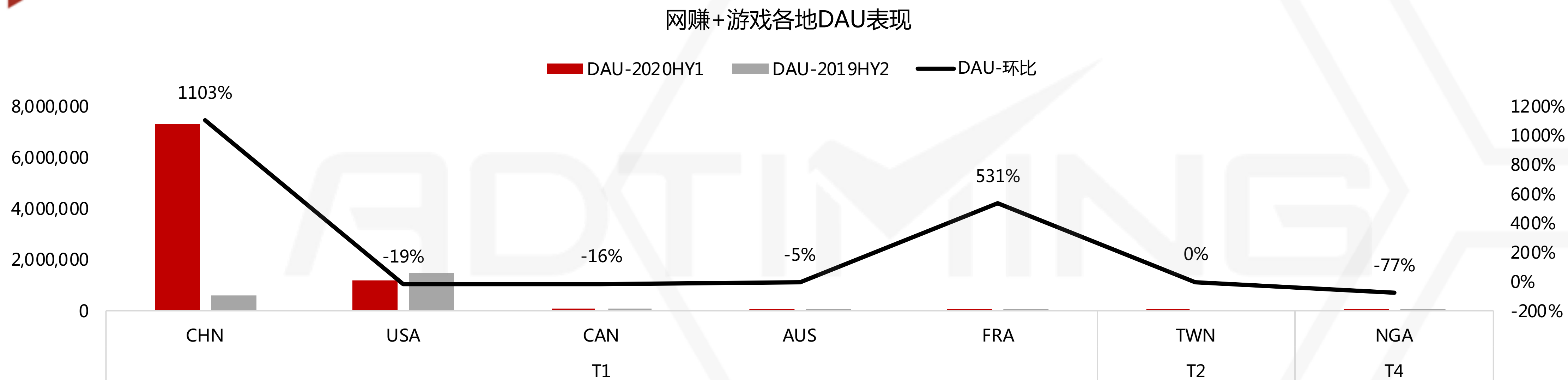




ADTIMING

“网赚+休闲/超休闲/博彩”：中国玩家青睐“网赚+休闲/超休闲”，美国则喜好“网赚+博彩”

“网赚+休闲/超休闲”领域的玩家多于“网赚+博彩”，前者在中国iOS表现火热（产生环比1103%的高速增长），而后者在美国稳步发展。加拿大、沙特和美国的完全偏好类似，而台湾地区则和中国大陆（iOS）类似，其中台湾地区产生《Merge Snake!》这一“io+网赚”爆款。

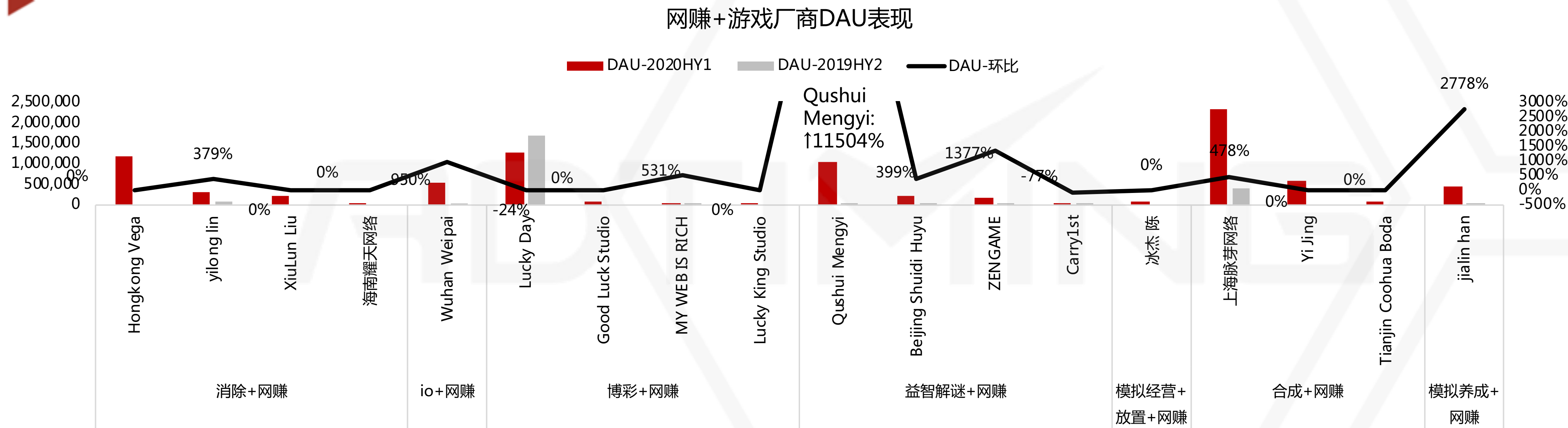


* 特殊说明：由于Android数据统计渠道的问题，中国地区仅为iOS平台的数据。

ADTIMING

“网赚+休闲/超休闲/博彩”：“消除+网赚”、“益智解谜+网赚”、“合成+网赚”快速发展

Hongkong Vega Limited、海南耀天网络技术有限公司、XiuLun Liu、yilong lin分别通过《爱上消消消》、《王牌爱消消》、《开心点点消》、《指尖消星星》在“消除+网赚”游戏上获客，Carry1st、Beijing Shuidi Huyu Technology、ZENGAME、Qushui Mengyi Network则通过《Carry1st Trivia: Play. Learn. Earn.》、《Find Diff》、《Guess the idiom》、《疯狂猜成语》占领“益智解谜+网赚”赛道。Tianjin Coohua Boda Network Technology、Yi Jing、上海新萌网络依靠《恐龙世界》、《亿万人生》、《阳光养猪场》带动“合成+网赚”的发展。



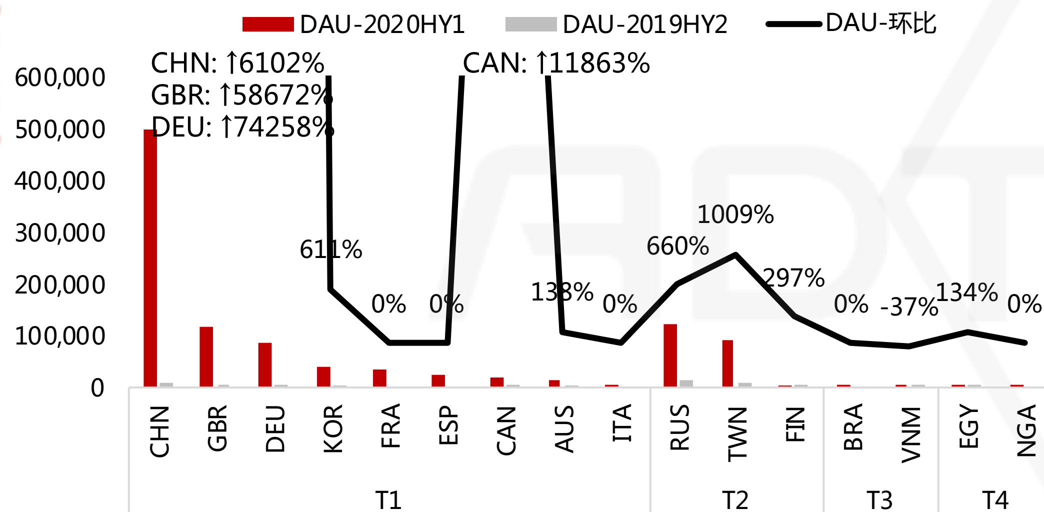
数据说明：有些厂商的Top30上榜游戏为2020年新发布的游戏，故会产生年度变化0%的情况。

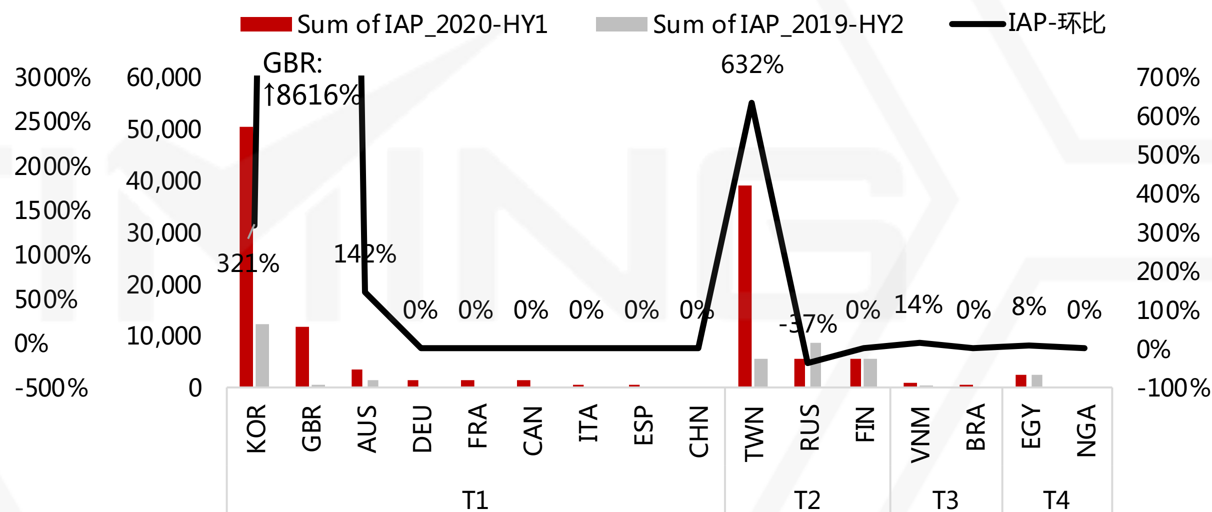
“模拟经营+放置”：中国大陆地区DAU最大，韩国IAP最高，台湾地区增长亮眼

“模拟经营+放置”2020年上半年热度上升，入局稍早的当属亚洲，如中国大陆及台湾地区、韩国在2019年下半年均有游戏发布，且DAU环比增速快，吸金能力上浮明显。

1. T1中国大陆（iOS）用户体量最高，《首富特烦恼》、《我家里有矿》等2020年新游贡献主要增长。其中，《首富特烦恼》在T2的台湾地区贡献主要增长力，产生1009%的环比增长。

2. IAP收入主要由T1、T2贡献。T1中韩国最吸金，英国IAP增速最快（8616%）；T2市场中，台湾地区实现最大增速（632%），超俄罗斯排名第一。



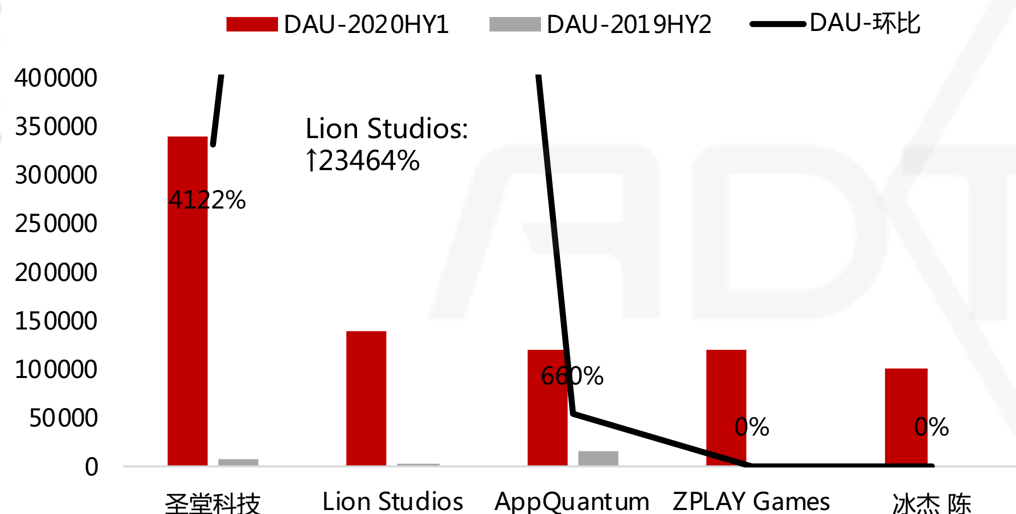


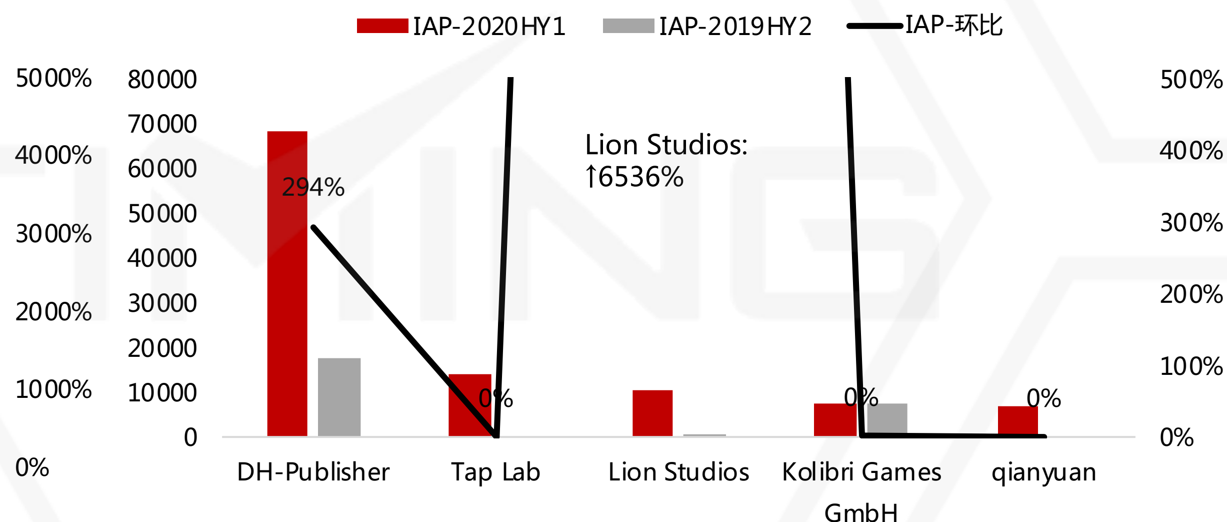
* 特殊说明：有的品类TOP30游戏均为2020年新游，所以会缺失2019年的数据，导致出现0%的环比变化情况。
* 特殊说明：由于Android数据统计渠道的问题，中国地区仅为iOS平台的数据。

“模拟经营+放置” ：圣堂科技、DH-Publisher分别为DAU和IAP榜首；Lion Studios增长亮眼

“模拟经营+放置”厂商的获客和内购割裂较大，仅Lion Studios依靠《Idle Makeover》双边上榜，且均完成大量上涨——DAU环比上涨23464%，IAP环比上涨6536%。单纯看DAU的话，圣堂科技因《首富特烦恼》在中国（iOS）的火热占据最大流量池且环比上涨4122%。仅关注IAP营收的话，DH-Publisher凭借《Animal Restaurant》在亚洲强势吸金。

BEST TIMING FOR ADS





数据说明：有些厂商的Top30上榜游戏为2020年新发布的游戏，故会产生年度变化0%的情况。

ADTIMING

本章小结



用户量级

1. 融合玩法活跃用户大部分实现增长。
2. “TCG+养成交互AR” （《特指《Pokémon GO》）这一需要玩家在户外参与的品类，以及“卡牌+消除”这一流行时间较长的品类用户体量下行。
3. 融合玩法的主要获客地为T1的美国、中国大陆（iOS）、日本，以及T2的俄罗斯、台湾地区。
4. “消除+模拟养成”在全球市场中受到广泛欢迎，拥有最大流量池。
5. 从玩法偏好差异化来看，美国玩家偏好“博彩+模拟养成” ，中国（iOS）玩家对“模拟经营+放置”情有独钟。

本章小结



营收能力

1. “卡牌+RPG”、MMORPG、SLG为最吸金品类，也是用户付费价值最高的品类，均保持稳定增长。
2. 从细分玩法来看：射击-FPS/TPS作为下载量Top3，营收能力不遑多让，排名第四，主要在中、美、日三地获取收益。MMORPG的用户和IAP收入均主要来自T1、T2的亚洲地区，以中国（iOS）、韩国的吸金能力为最。SLG在全球范围内的火热程度较高，但收益主要集中在T1，以中国（iOS）、美国为首的地区贡献主要营收，而越南的营收环比增速最快，达89%。
3. 从融合玩法来看：用户体量排名第一的“消除+模拟养成”营收主要来自美国，其次是日本。而“卡牌+RPG”用户体量排名第二，却实现了最大营收（24亿美金），表现极为亮眼——这24亿美金的营收主要来自日本的贡献。同时，“卡牌+RPG”这一品类在台湾地区实现DAU和IAP的最快增长。

2020上半年手游发展——T1地区

Chapter 5

T1重点提要：2020上半年休闲、超休闲获客力度普遍放缓，出海新游扩张中核流量池



用户体量-核度：

1. T1地区都是以超休闲及休闲手游为主导的市场，过去2年里超休闲和休闲游戏快速获客。到了2020上半年，超休闲游戏继续保持增长（仅增速相对放缓），而休闲游戏则在欧美成熟游戏市场中面临下载量缩水的下行态势，亚洲部分地区则反之（如中国iOS市场实现休闲485%的下载环比增长）。
2. 相对来看，中核玩家涨势可观，除“消除+模拟养成” 稳步吸量外，诸如《Brawl Stars》、《剑与远征》等爆款也带来了一批新的中核玩家。

ADTIMING

T1重点提要：欧美玩家偏好一致，亚洲玩家自成一派

用户体量-品类：



1. 欧美地区偏好一致，几款超休闲新游DAU高居不下。生活模拟品类由《Woodturning》领跑；益智解谜在《Brain Test》和《Brain Out》的带动下跃居成为多地区DAU Top1 品类；《Johnny Trigger》助力动作射击游戏高速发展。
2. 亚洲地区的头部游戏大多为本土化完善或出自本土厂商的游戏，仅《Brain Out》、《Brain Test》这两款热门游戏跻身日韩DAU头部榜单。在中、韩地区，更多的玩家汇集于MMORPG。
3. “博彩+模拟养成”下的《Coin Master》尤为受到欧美地区的欢迎。Playrix旗下三款“消除+模拟养成”热度不减，霸榜DAU头部榜单，是贡献中核流量池的主力。而作为国民玩法，“卡牌+RPG”则受到日本玩家的偏爱。绝大部分的头部品类都实现了DAU的正向增长，仅SLG在法、德、意、西出现了不同程度的环比下滑，此外呈下行趋势的还有音乐节奏（加拿大）。

T1重点提要：博彩为部分地区休闲领域价值贡献的主力军；中核游戏占据德、意、日头部榜单



付费能力-核度：

1. 欧美地区的休闲游戏不仅获客下行，IAP在2020上半年也多呈现缩水态势。
2. 德国、意大利、日本的IAP头部榜单内多为中核游戏，且涉及品类繁多（例如Supercell的SLG，Playrix的“消除+模拟养成”等，以及日本偏好“卡牌+”）。
3. 中、韩硬核玩家的付费能力最强。

ADTIMING

T1重点提要：SLG为欧美“吸金大户”，中、韩愿为MMORPG“氪金”

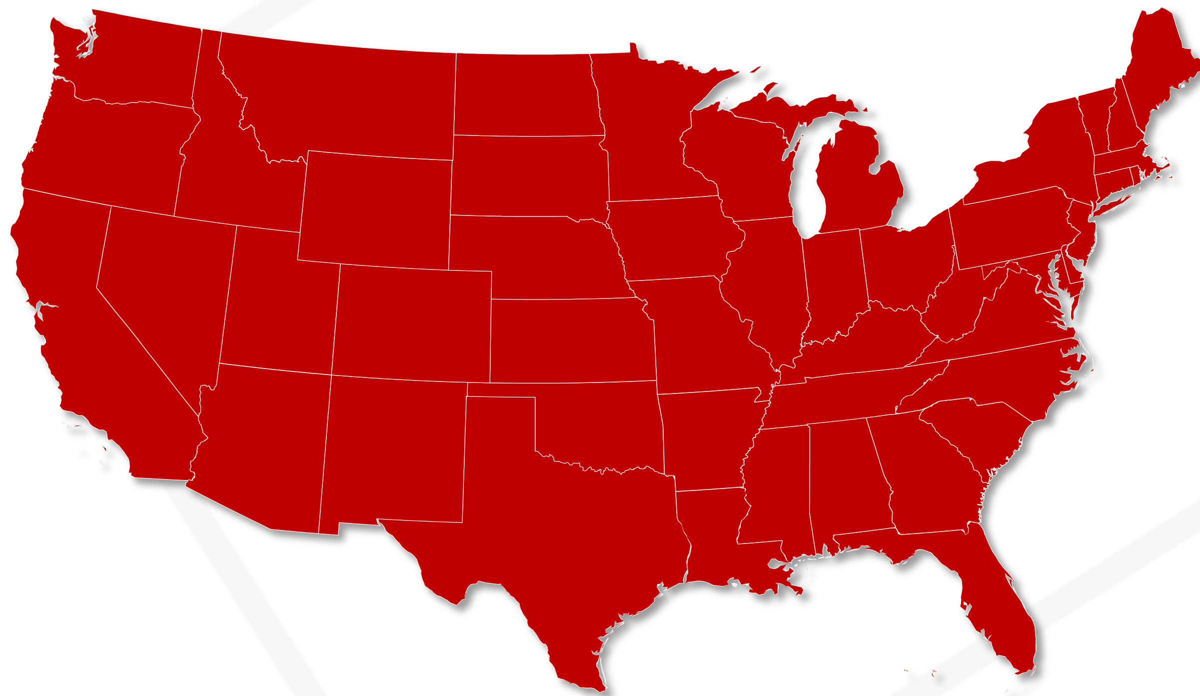
付费能力-品类：



1. SLG和“卡牌+RPG”为T1地区的吸金“顶梁柱”，而最愿意为“卡牌+RPG”付费的是日本玩家，其IAP Top 10内“卡牌+RPG”游戏过半。
2. 在此基础上，亚洲和欧美都有各自的偏好差异。像美、加、澳等地区，博彩玩家付费能力强劲，且该品类的营收能力正处于稳步上浮的阶段，而中、韩付费意愿强的玩家集中在MMORPG这一品类中，其形势是“韩国上行中国iOS下滑”（中国因头部MMORPG游戏进入产品中后期，韩国新游《天堂2M》狂揽近3亿美金营收）。
3. 以出海游戏《PUBG MOBILE》及《剑与远征》为代表的射击-FPS/TPS、“卡牌+RPG+放置”在大部分地区都处于IAP的上升期。
4. 大部分T1地区SLG游戏整体营收呈下降趋势，但其ARPPU在亚洲、北美及德国地区有所上涨。
5. 和SLG共同下行较为明显的还有传统消除品类，其主要原因是“消除+”玩法的火热对传统消除的市场空间有所挤压。

ADTIMING

美国



01 流量集中于休闲、超休闲；休闲游戏的下载量及IAP增势放缓，超休闲基本稳定发展；中核流量涨势迅猛

02 生活模拟、益智解谜贡献大部分用户，动作射击、轻动作DAU上浮力度大

03 SLG、消除依旧最为吸金，但因热门产品衰老，营收额有所缩减；博彩游戏单个用户价值稳步增长



GDP：20.3万亿美元



人口：3.3亿

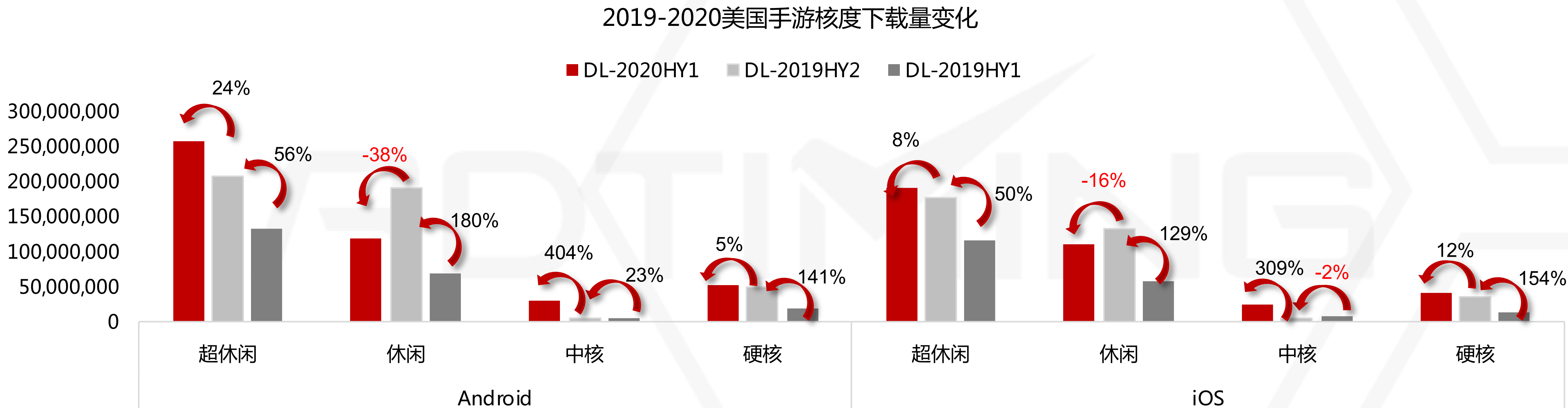


游戏营收：355.1亿美元

ADTIMING

自2020年来，美国中核游戏下载量增势最猛；超休闲保持稳定增长；休闲增势放缓

美国的手游市场的流量集中于超休闲和休闲。和2019年相比，中核游戏的下载量在2020年上半年产生最快的增长——Android平台增长404%，iOS平台增长309%。超休闲保持稳定增长（Android环比上行24%，iOS环比上行8%）。相比之下，休闲在Android平台的获客缩水38%（同比增长74%），在iOS平台缩水16%（同比增长93%），可见休闲游戏增长速度环比放缓，流量触顶，竞争加剧。



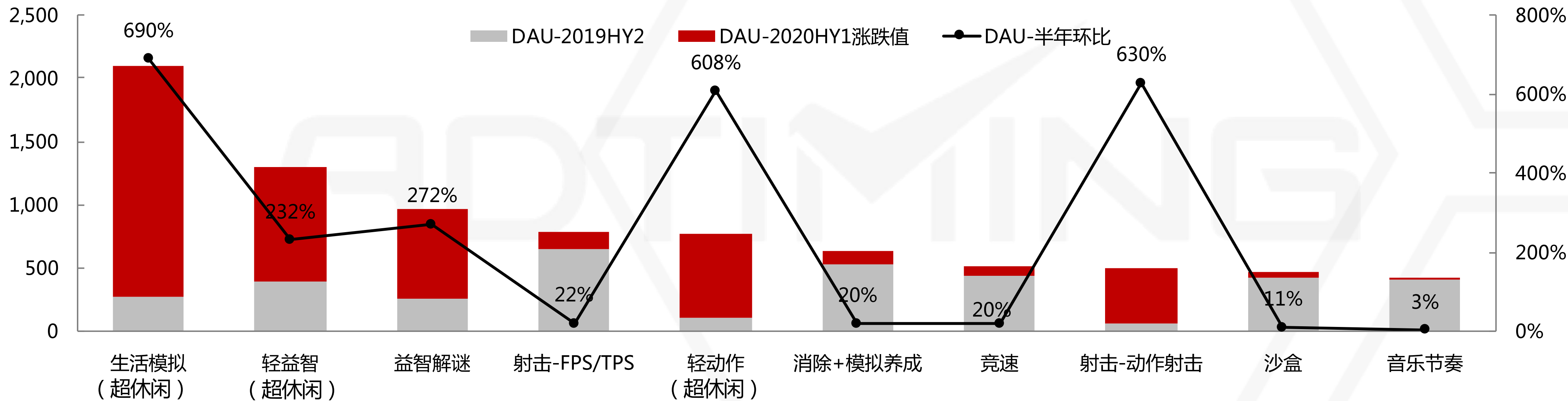
BEST TIMING FOR ADS

ADTIMING

生活模拟、轻益智和益智解谜游戏拥有美国TOP3的用户池，动作向的游戏则增长迅猛

BEST TIMING FOR ADS

生活模拟、轻益智、益智解谜这三者是美国市场获客主力。其中超休闲的获客主要来自生活模拟（Voodoo的《Woodturning》跻身美国DAU Top20，这类游戏玩家众多，组合成了一个庞大的超休闲流量池）、轻益智（以《Park Master》为代表）、轻动作（《Push ‘em all》DAU榜单排第19名）；射击类的增长主要源于硬核的FPS/TPS玩法（《Call of Duty》在美上线之后冲进DAU前五）和超休闲的动作射击（2019年12月发行的《Johnny Trigger》强势获客）。



* 分类说明：区别于传统益智解谜游戏，轻益智指的是超休闲游戏领域中的核心玩法，如《Draw Joust!》、《Sand Balls》、《Color Fill 3D》等。同样，轻动作指的也是超休闲领域的核心玩法，如《Kick the Buddy》、《Push ‘em all》等，下同。

ADTIMING

DAU Top20中仅3款环比下滑，其余均借助头部效应持续增长；《Roblox》持续独领风骚

除了上页中提及的热门品类代表游戏之外，《Roblox》、《Coin Master》延续前两年的火热，尤其是沙盒《Roblox》在连续两年霸榜之后，于2020年上半年依旧享有472万的活跃用户、11%的环比增长、19%的同比增长。

而《Coin Master》则与《Gardenscapes》、《Fishdom》、《Homescapes》共同成为“模拟养成+”融合玩法的代表游戏，大受美国玩家追捧。

Rank	DAU Top20-USA	Publisher	Game Core	Gameplay	DAU-2020HY1	环比	同比
1	Roblox	Roblox Corporation	硬核	沙盒	4.72M	11%	19%
2	Coin Master	Moon Active	休闲	博彩+模拟养成	3.16M	66%	85%
3	Subway Surfers	SYBO Games	休闲	跑酷	3.08M	12%	15%
4	Call of Duty®	Activision Publishing	硬核	射击-FPS/TPS	2.97M	47%	-
5	Johnny Trigger	SayGames	超休闲	射击-动作射击	2.42M	3379%	-
6	Brain Test	Unico Studio	休闲	益智解谜	2.38M	2091%	-
7	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	2.3M	25%	154%
8	Fishdom	Playrix	中核	消除+模拟养成	2.24M	183%	272%
9	Sniper 3D	Fun Games For Free	硬核	射击-FPS/TPS	2.2M	28%	35%
10	Woodturning	Voodoo	超休闲	生活模拟	2.02M	5479812%	-
11	Brain Out	Focus apps	休闲	益智解谜	1.98M	116%	-
12	Magic Tiles 3	AMANOTES	休闲	音乐节奏	1.74M	-13%	15%
13	Ink Inc.	Lion Studios	超休闲	生活模拟	1.74M	58%	-
14	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	1.71M	20%	2%
15	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	1.6M	-25%	-2%
16	Draw Climber	Voodoo	超休闲	竞速	1.56M	-	-
17	Park Master	KAYAC Inc.	超休闲	轻益智	1.5M	1936%	-
18	Rescue Cut	F.I.L Games	休闲	轻益智	1.48M	57%	-
19	Push'em all	Voodoo	超休闲	轻动作	1.37M	613%	-
20	Township	Playrix	休闲	模拟经营	1.32M	-36%	9%

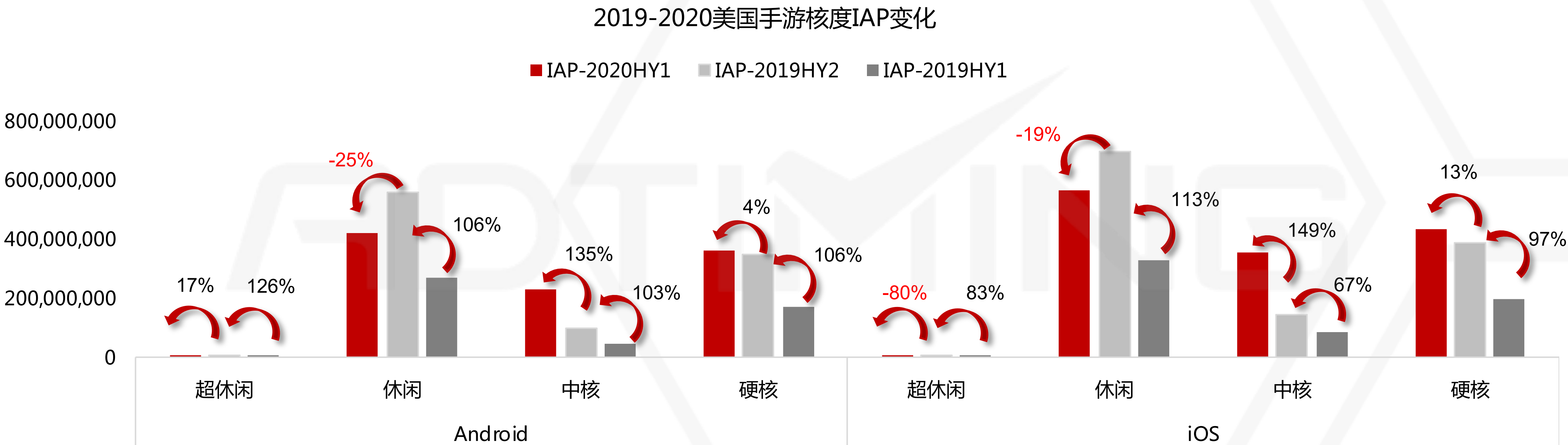
* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

休闲用户付费能力环比缩水、同比增长；中核与硬核IAP量级稳步增长，中核增速更猛

和2019年下半年相比，休闲无论在Android还是iOS平台，都面临IAP缩水的不利局面；但同比来看，休闲游戏分别保持着同比56%和72%的增长，所以休闲游戏的2020上半年整体盈利能力不如2019下半年。中核游戏的IAP持续增长，尤其是Android平台的增速连续超100%，iOS平台则拥有更高的IAP体量，主要源于更高的单个用户价值。

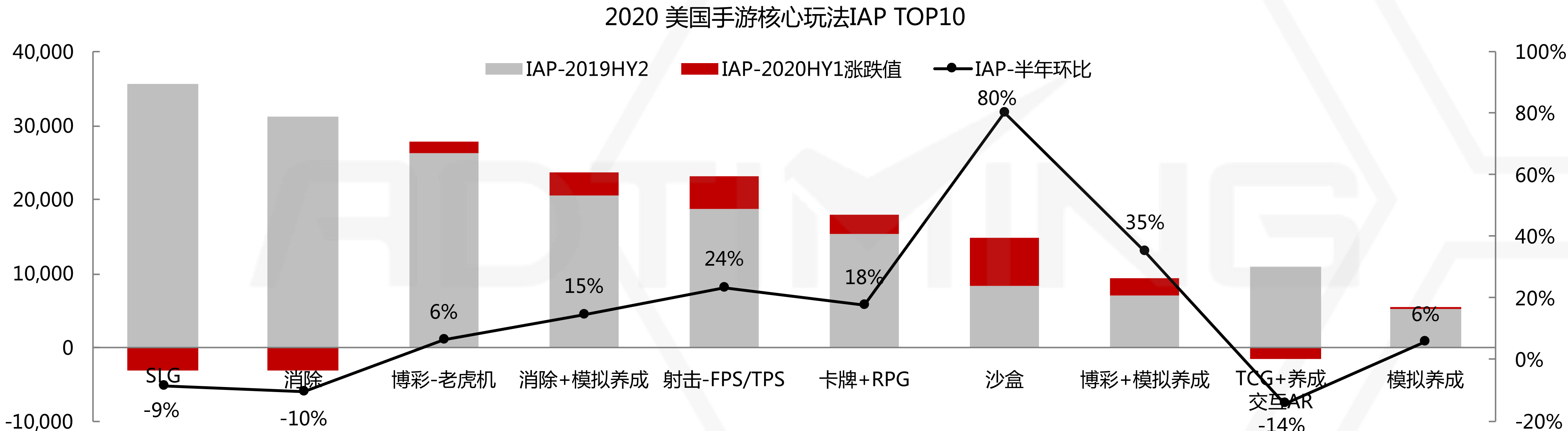
BEST TIMING FOR ADS



ADTIMING

SLG、消除、博彩-老虎机这三大玩法在美最吸金，沙盒和“模拟养成+”玩法产生较高增长动力

SLG相比2019年IAP环比缩水9%、同比缩水11%，说明目前的热门SLG在美更多地处于生命末期，为新晋玩家留出一定的窗口。纯消除的核心玩法吸金能力逐渐减退（环比缩水10%、同比缩水11%），而“消除+模拟养成”反向增长（环比增长15%、同比增长31%）。涉及到融合玩法，不得不注意到“模拟养成+博彩”这类融合玩法产生了仅次于沙盒游戏（80%）的环比增速（35%），在融合玩法爆发的2020年，“模拟养成+”在美极富生命力。另外一个融合玩法“TCG+养成交互AR”指的是《Pokémon GO》这一爆款，可能受疫情影响，环比缩水14%。沙盒产生80%的最快环比增长，主要源于《Roblox》在2020年上半年的卓越表现。



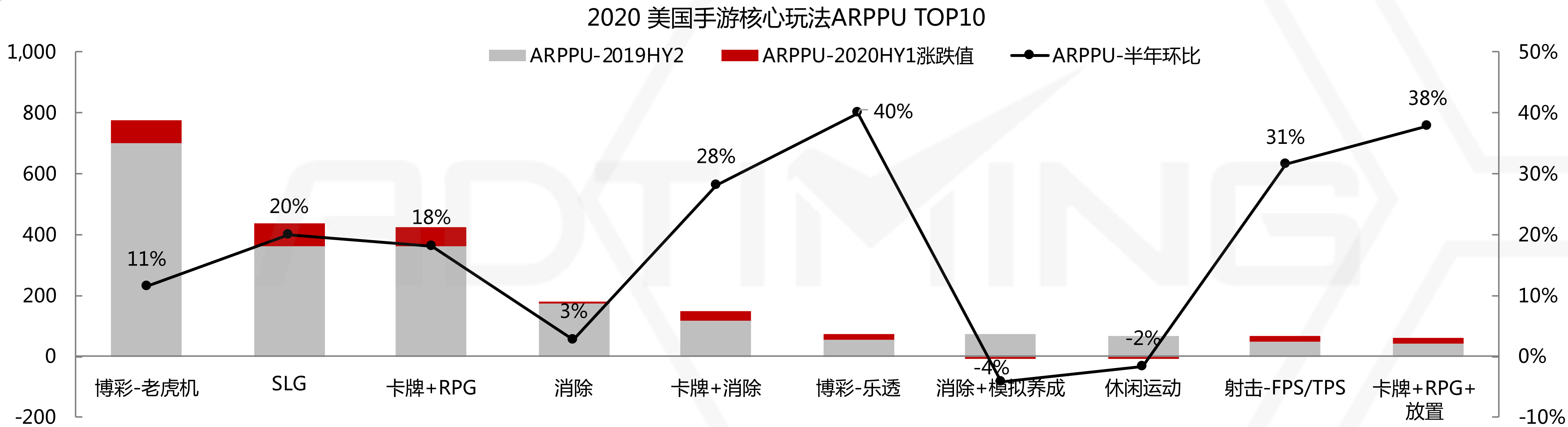
* 单位说明：IAP收入单位为美元（下同）

ADTIMING

博彩游戏中的老虎机、乐透玩法在美ARPPU分别享有最高值和最高增速；“卡牌+”用户价值亮眼

博彩游戏“出海第一站”的美国依旧钟情于老虎机和乐透，前者ARPPU同比增长11%、环比增长71%，后者ARPPU同比增长40%、环比增长34%，用户价值高。值得注意的是，2020年上半年美国的“卡牌+”游戏斩获ARPPU TOP10的三个席位—— “卡牌+RPG”（如《DRAGON BALL Z DOKKAN BATTLE》、《Fate/Grand Order》）、“卡牌+消除”（如《Empires & Puzzles》）、“卡牌+RPG+放置”（如《MARVEL Strike Force》），这类游戏往往涉及到IP合作，如龙珠、命运石之门、漫威等。

BEST TIMING FOR ADS



* 单位说明：ARPPU收入单位为美元（下同）

ADTIMING

IAP Top20中《Roblox》和《Candy Crush Saga》上半年游戏营收超1亿美金；莉莉丝增长迅猛

BEST TIMING FOR ADS

《Roblox》吸金能力持续增长，上半年产生1.5亿美金的亮眼成绩，环比增长80%。《Candy Crush Saga》作为传统简单消除的爆款，在融合玩法走高的2020年营收能力略有下滑，环比缩水10%。《Pokémon GO》这一爆款虽环比缩水14%，但同比数据实现了8%的增长，是由于疫情对LBS的限制导致。

在美IAP榜单中，腾讯和莉莉丝游戏分别依据《PUBG MOBILE》和《Rise of Kingdoms》上榜，后者无论是环比还是同比都保持着超过60%的增速。

Rank	IAP Top20-USA	Publisher	Game Core	Gameplay	DAU-2020HY1	环比	同比
1	Roblox	Roblox Corporation	硬核	沙盒	148.81M	80%	138%
2	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	133.44M	-10%	-9%
3	Coin Master	Moon Active	休闲	博彩+模拟养成	94.52M	35%	59%
4	Pokémon GO	Niantic	中核	TCG+养成交互AR	93.53M	-14%	8%
5	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	91.13M	35%	84%
6	Clash of Clans	Supercell	中核	SLG	83.37M	-14%	-26%
7	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	79.56M	-13%	4%
8	Slotomania Vegas Casino Slots	Playtika	休闲	博彩-老虎机	77.23M	-1%	0%
9	Toon Blast	Peak	休闲	消除	71.39M	-18%	-20%
10	PUBG MOBILE	Tencent Games	硬核	射击-FPS/TPS	69.05M	0%	16%
11	Fortnite	Epic Games	硬核	射击-FPS/TPS	63.08M	24%	-29%
12	Call of Duty	Activision Publishing	硬核	射击-FPS/TPS	55.86M	69%	-
13	Rise of Kingdoms	Lilith Games	硬核	SLG	53.32M	69%	66%
14	Candy Crush Soda Saga	King	休闲	消除	52.57M	3%	-5%
15	Bingo Blitz™	Playtika Santa Monica	休闲	博彩-乐透	50.1M	20%	14%
16	Fishdom	Playrix	中核	消除+模拟养成	49.97M	95%	100%
17	RAID: Shadow Legends	Plarium Global	硬核	卡牌+RPG	49.07M	34%	324%
18	Jackpot Party	Scientific Games Interactive	休闲	博彩-老虎机	46.91M	9%	43%
19	Merge Dragons!	Gram Games	休闲	合成	42.59M	-4%	19%
20	MARVEL Strike Force	FoxNext Games	硬核	卡牌+RPG+放置	41.07M	38%	62%

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

加拿大

01 加拿大玩家虽偏爱休闲、超休闲，但休闲流量触顶，玩家付费能力缩水；反之，中核用户和变现均增长迅猛

02 生活模拟取代益智解谜占领最大用户池；轻益智、轻动作火热程度上升

03 SLG贡献主要营收；“模拟养成+”、老虎机玩法吸金；纯消除、“TCG+养成交互AR”用户价值缩水





GDP：1.8万亿美元



人口：3.8千万

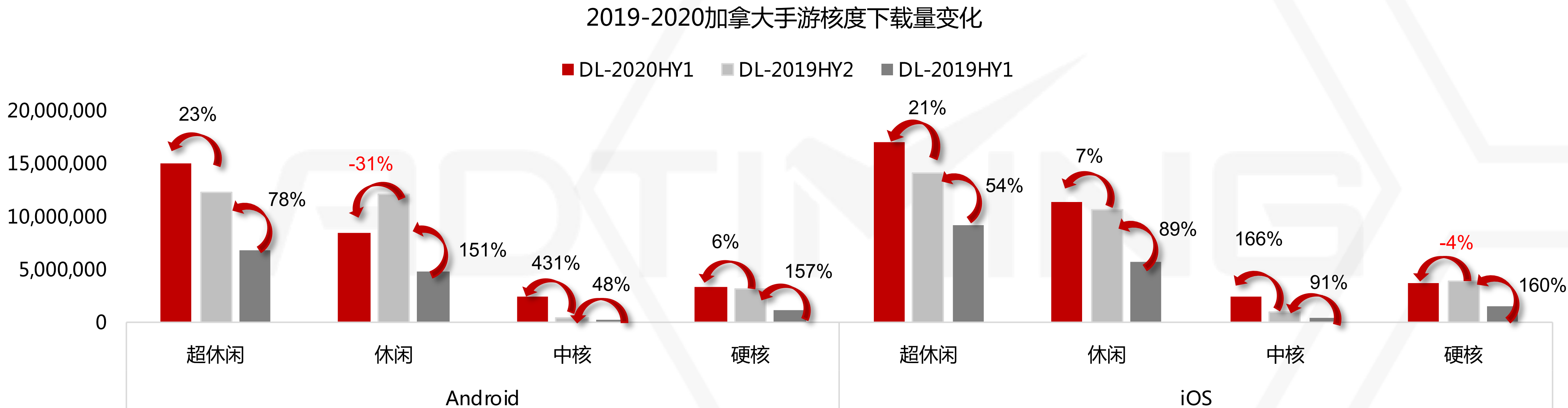


游戏营收：28亿美元

ADTIMING

加拿大中核下载量增速最快，超休闲持续增长，休闲游戏增速放缓

与美国市场表现相近，加拿大的市场整体呈现以超休闲和休闲游戏为主的市场形态。2020年上半年中核下载量产生最快增长（Android平台环比增长431%，iOS平台环比增长166%）。和2019年下半年的增速相比，2020年上半年超休闲持续增长（Android和iOS环比分别增长23%和21%），而休闲在Android平台的获客缩水31%、iOS仅环比增长7%，可见休闲游戏增长速度环比放缓，流量触顶，竞争加剧。

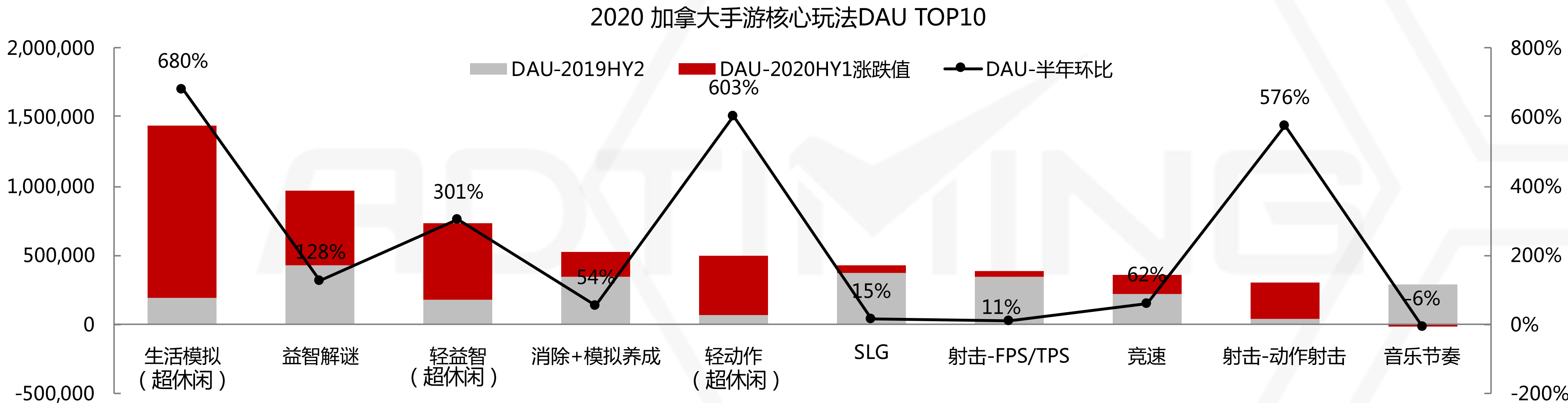


ADTIMING

生活模拟、益智解谜最为吸量，轻动作增长迅猛

生活模拟、益智解谜这两类是加拿大获客主力。其中，超休闲的获客主要来自生活模拟、轻益智和轻动作。生活模拟环比增速最快，达680%（如Voodoo的《Woodturning》跻身加拿大DAU Top20，是此类游戏增长的代表作）。轻动作（以《Push' em all》为代表）的环比增速达603%，用户体量明显上升。在头部游戏的带动下，益智解谜实现128%的用户体量正增长（如2019年8月~11月发布的《Brain Out》和《Brain Test》DAU榜单分别排名第2和4位）。

BEST TIMING FOR ADS



ADTIMING

DAU Top20中多保持环比增长态势，“模拟养成+”融合玩法火热，《Roblox》维持榜单第一并保持增长

BEST TIMING FOR ADS

除了上页中提及的热门品类代表游戏之外，《Roblox》、《Coin Master》延续2019年的火热，跻身DAUTop20榜单。尤其是《Roblox》，在连续两年霸榜后，2020年上半年依旧保持268.3万的活跃用户、实现21%的环比增长、32%的同比增长。

而《Coin Master》、《Gardenscapes》、《Fishdom》、《Homescapes》则凭借“模拟养成+”的融合玩法在2020年持续占领加拿大头部流量市场。

Rank	DAU Top20-CAN	Publisher	Game Core	Gameplay	DAU-2020HY1	环比	同比
1	Roblox	Roblox Corporation	硬核	沙盒	268.29K	21%	32%
2	Brain Out	Focus apps	休闲	益智解谜	218.92K	143%	-
3	Fishdom	Playrix	中核	消除+模拟养成	205.46K	300%	472%
4	Brain Test	Unico Studio	休闲	益智解谜	196.31K	1383%	-
5	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	186.98K	37%	164%
6	Coin Master	Moon Active	休闲	博彩+模拟养成	182.13K	278%	359%
7	Call of Duty®	Activision Publishing	硬核	射击-FPS/TPS	168.5K	4%	-
8	Woodturning	Voodoo	超休闲	生活模拟	166.67K	-	-
9	Johnny Trigger	SayGames	超休闲	射击-动作射击	147.72K	2891%	-
10	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	130.51K	-14%	0%
11	Wordscapes	PeopleFun	休闲	益智解谜	127.55K	-24%	-40%
12	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	126.26K	6%	-14%
13	Draw Climber	Voodoo	超休闲	竞速	120.06K	-	-
14	Magic Tiles 3	AMANOTES	休闲	音乐节奏	115.95K	-5%	9%
15	Mario Kart Tour	Nintendo	休闲	竞速	112.72K	-12%	-
16	Pull the Pin	Popcore Games	超休闲	轻益智	104.7K	-	-
17	Push'em all	Voodoo	超休闲	轻动作	103.22K	492%	-
18	Tiles Hop	AMANOTES	超休闲	音乐节奏	103.09K	-22%	-23%
19	8 Ball Pool	Miniclip	休闲	休闲运动	102.91K	65%	28%
20	Scrabble® GO	Scopely	休闲	益智解谜	101.1K	636%	-

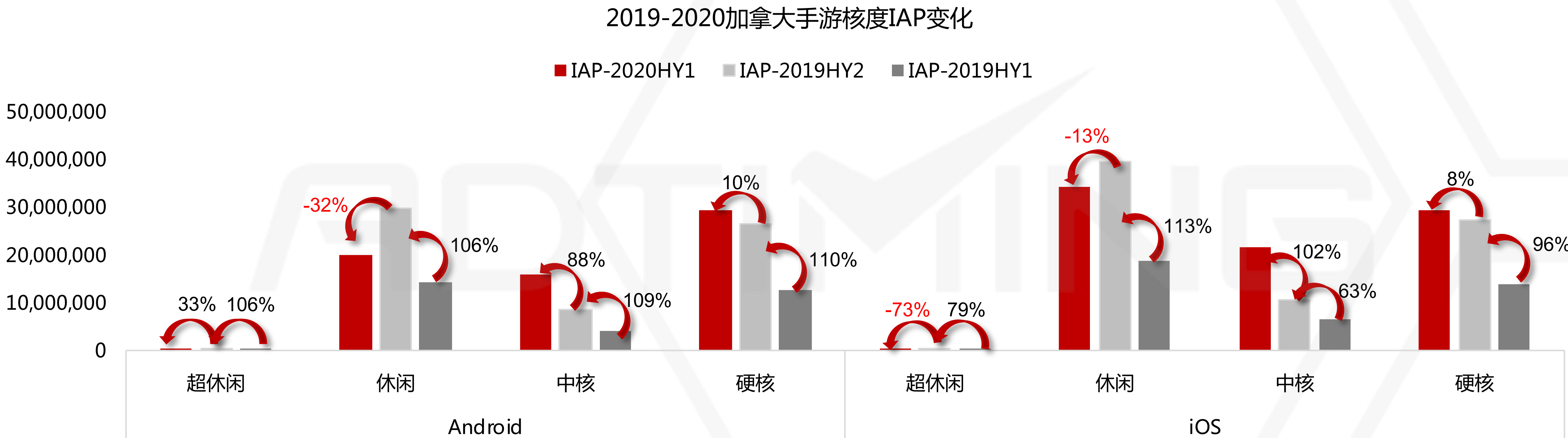
* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

休闲、硬核IAP同比增长，环比增长放缓、甚至缩水；中核用户付费能力涨势迅猛

2020年上半年，双平台的中核IAP体量同比上涨超200%，且实现连续正增长。其中，Android平台的同比增速（293%）略高于iOS平台的增速（230%），而iOS平台拥有更高的IAP体量，主要源于更高的单个用户价值。再看吸金能力强的休闲和硬核游戏，这两个核度的游戏在双平台均实现同比正增长，但相较于2019年下半年，这两个核度增速放缓，尤其是休闲领域，分别在Android和iOS平台产生了32%和13%的环比下滑。

BEST TIMING FOR ADS

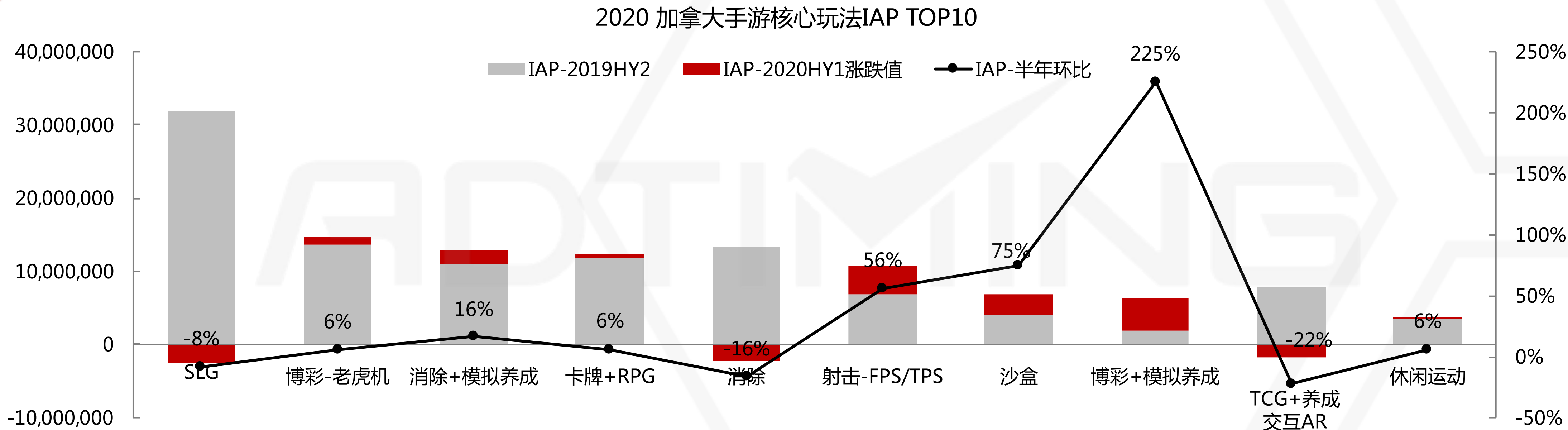


ADTIMING

SLG在加拿大最吸金，沙盒、“模拟养成+”IAP增长强劲

2020年上半年，SLG依然是加拿大市场最吸金的核心玩法，但IAP环比缩水8%、同比缩水13%，说明老牌SLG在市场吸金能力随着生命周期步入后期而下跌。纯消除类在用户付费能力环比、同比皆缩水16%，对应的则是“消除+模拟养成”这一融合玩法的IAP上涨（环比上涨16%，同比增幅达44%），与用户体量结合来看，“模拟养成+”于2020年涨势一片大好。2020年上半年IAP增幅亮眼的还有沙盒（75%）与“博彩+模拟养成”（225%）这两个品类，主要源自于《Roblox》（沙盒）、《Coin Master》（“博彩+模拟养成”）这两款游戏在此期间的卓越表现。

BEST TIMING FOR ADS

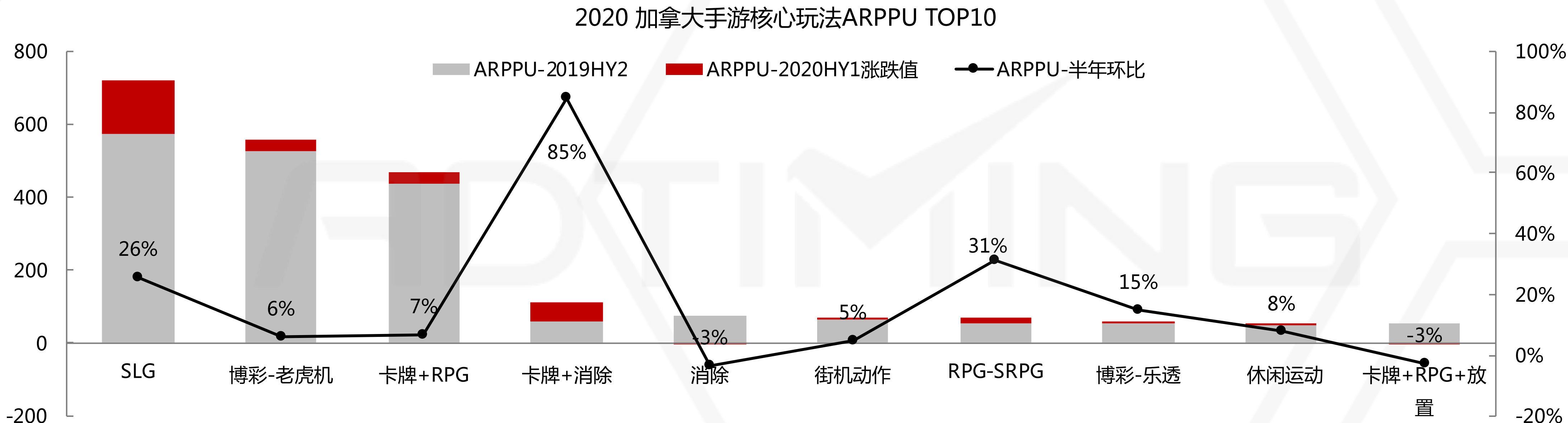


* 单位说明：IAP收入单位为美元（下同）

ADTIMING

老牌SLG用户价值最高、保持增长；博彩稳中求进；“卡牌+”用户价值增长强劲

SLG作为加拿大ARPPU最高的品类，在2020年上半年实现环比26%的正增长。由广州黑胡子发行的《新三國志手機版》仍是用户价值最高的SLG游戏；同时《King of Avalon》、《Guns of Glory》等近10款老牌SLG也跻身ARPPU榜单Top20。此外，用户依旧钟情于博彩，老虎机、乐透的用户价值呈上行趋势（分别实现6%、15%环比增长）。同时，“卡牌+”这一品类的用户价值上升体现在“卡牌+RPG”（环比上行7%）、“卡牌+消除”（环比上行85%）这两个品类上。“卡牌+”融合玩法在ARPPU Top20榜单上占领8个席位，《Empires & Puzzles》（“卡牌+消除”）和《Summoners War》（“卡牌+RPG”）排名榜单2、3，表现最为亮眼。



* 单位说明：ARPPU收入单位为美元（下同）

ADTIMING

《Candy Crush Saga》、《Roblox》、《Coin Master》吸金能力前三；莉莉丝、腾讯表现亮眼

BEST TIMING FOR ADS

《Candy Crush Saga》作为2018~2020年上半年最为吸金的游戏，稳居榜单第一，但IAP呈持续下跌态势（环比缩水17%、同比缩水16%）。

《Coin Master》这一“博彩+模拟养成”融合玩法游戏实现IAP TOP20榜单内的最大正增长（环比上升225%、同比上升386%），再次反映出博彩和模拟养成这两个品类结合的可行性。

在榜单中，不乏腾讯、IGG、莉莉丝、龙腾简合等出海公司，其中莉莉丝的《Rise of Kingdoms》和腾讯的《PUBG MOBILE》排名靠前，且环比、同比均实现正增长。

Rank	IAP Top20-CAN	Publisher	Game Core	Gameplay	IAP-2020HY1	环比	同比
1	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	7.24M	-17%	-16%
2	Roblox	Roblox Corporation	硬核	沙盒	6.95M	75%	133%
3	Coin Master	Moon Active	休闲	博彩+模拟养成	6.45M	225%	386%
4	Pokémon GO	Niantic	中核	TCG+养成交互AR	6.09M	-22%	3%
5	Clash of Clans	Supercell	中核	SLG	5.86M	-13%	-28%
6	PUBG MOBILE	Tencent Games	硬核	射击-FPS/TPS	5.48M	48%	81%
7	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	5.02M	27%	67%
8	Slotomania Vegas Casino Slots	Playtika	休闲	博彩-老虎机	5.00M	-8%	-7%
9	Rise of Kingdoms	Lilith Games	硬核	SLG	4.94M	22%	14%
10	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	4.79M	-13%	4%
11	Lords Mobile	IGG	硬核	SLG	3.58M	-8%	-32%
12	RAID: Shadow Legends	Plarium Global	硬核	卡牌+RPG	3.27M	24%	234%
13	Bingo Blitz™	Playtika Santa Monica	休闲	博彩-乐透	2.99M	9%	5%
14	Fishdom	Playrix	中核	消除+模拟养成	2.92M	93%	129%
15	Jackpot Party	Scientific Games Interactive	休闲	博彩-老虎机	2.83M	10%	28%
16	Last Shelter: Survival	Long Tech Network Limited	硬核	SLG	2.72M	-3%	28%
17	AFK Arena	Lilith Games	中核	卡牌+RPG+放置	2.66M	-12%	65%
18	Clash Royale	Supercell	中核	SLG	2.64M	-40%	-48%
19	Fortnite	Epic Games	硬核	射击-FPS/TPS	2.61M	31%	-18%
20	Call of Duty®	Activision Publishing	硬核	射击-FPS/TPS	2.54M	142%	-

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

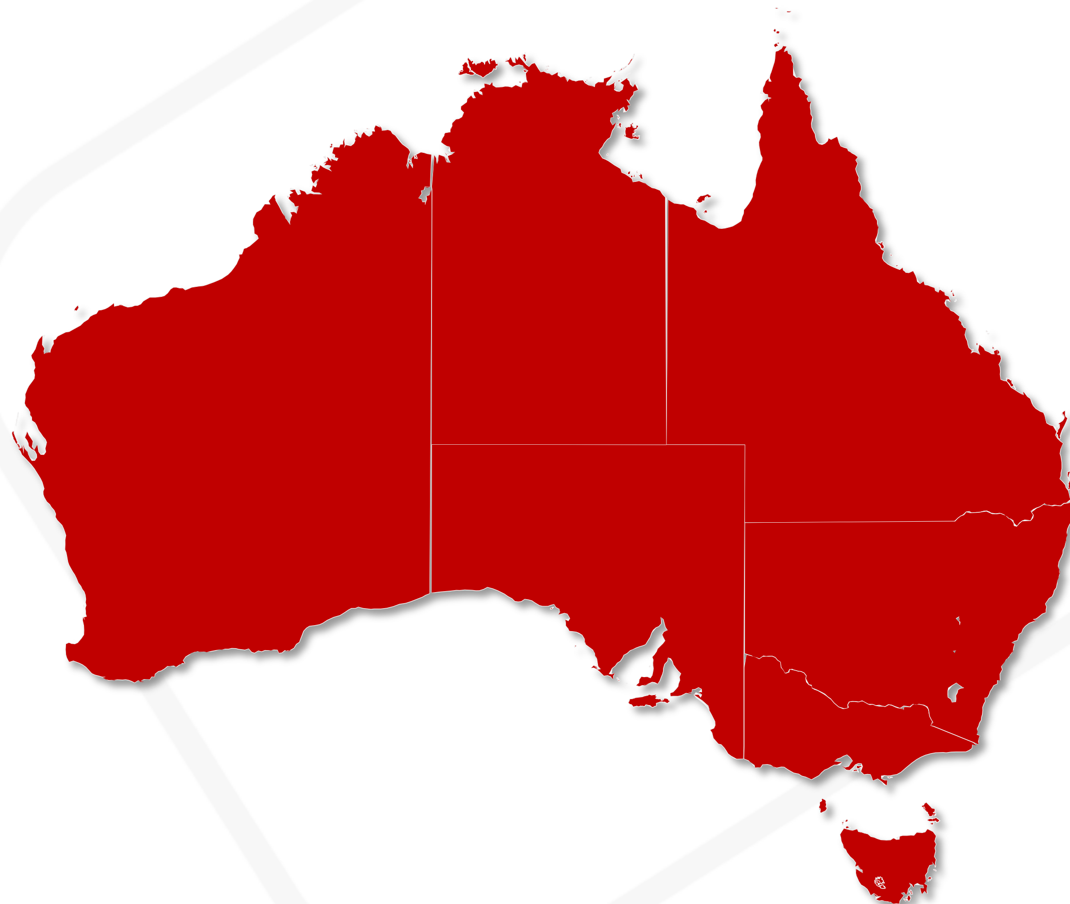
ADTIMING

澳大利亚

01 超休闲用户体量蓬勃发展，但营收涨势相对平缓；中核市场热度不佳且营收轻微下滑

02 生活模拟、轻益智、轻动作玩家激增带动超休闲流量发展；各式消除玩法热度走高

03 博彩频登IAP TOP榜单且大部分环比走高；IAP头部鲜见硬核游戏









GDP：1.3万亿美元

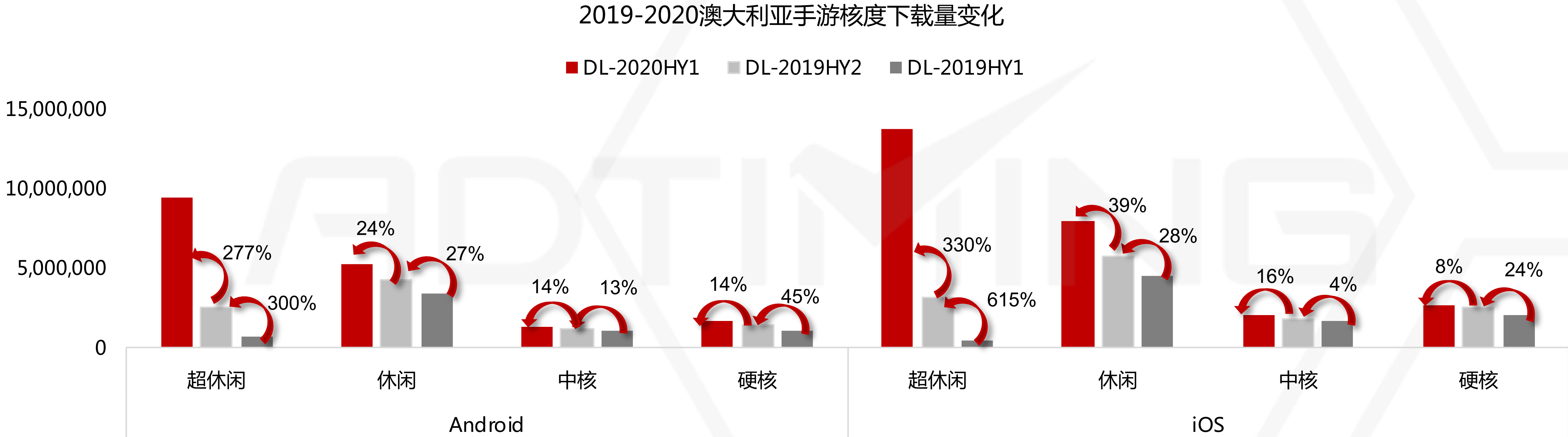
人口：2.5千万

游戏营收：19亿美元

ADTIMING

超休闲游戏高速发展，在双平台下载量环比均激增超200%

澳大利亚的流量集中在超休闲领域，其次是休闲。其中，超休闲的热度涨势在一年之内尤为明显，下载量分别在Android和iOS平台达到了277%和330%的环比快速增长，且更多地集中在iOS平台。此外，休闲游戏的获客也保持着稳定上升，双平台环比增速相似，分别为24%和39%。与其它地区中核增量巨大的趋势有些许差异的是，中核虽有增长，但增幅相对较小，仅在20%以内。

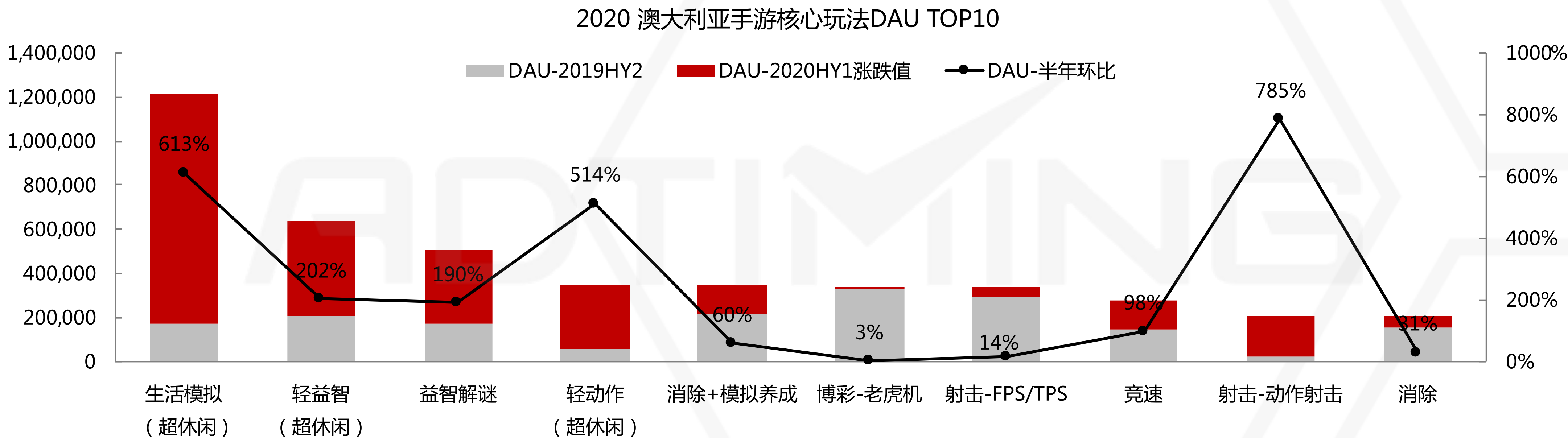


BEST TIMING FOR ADS

ADTIMING

生活模拟、轻益智流量池的激增推动超休闲的迅猛发展

DAU的流量主要集中在生活模拟、轻益智和益智解谜下。生活模拟（代表游戏《Woodturning》）和轻益智（《Pull the Pin》位居DAU Top榜单的第19位）分别实现了613%和202%的环比增长，和增幅同样巨大（环比上浮514%）的轻动作品类（诸如《Push’ em all》）一齐推动了超休闲的发展。除此之外，《Brain Out》和《Brain Test》以DAU Top榜单中第3和第5的高位助力益智解谜产生190%下载量的增长。



BEST TIMING FOR ADS
ADTIMING

超休闲《Johnny Trigger》为动作射击带来大量用户，弱博彩稳定获客

BEST TIMING FOR ADS

2020年上半年，《Johnny Trigger》以2953%的环比DAU上涨带动了超休闲中动作射击的活跃用户的发展。

两款弱博彩入榜，分别为老虎机《Lightning Link Slots》（环比增长12%）和“博彩+模拟养成”《Coin Master》（环比增长71%），活跃用户量增长态势稳定。

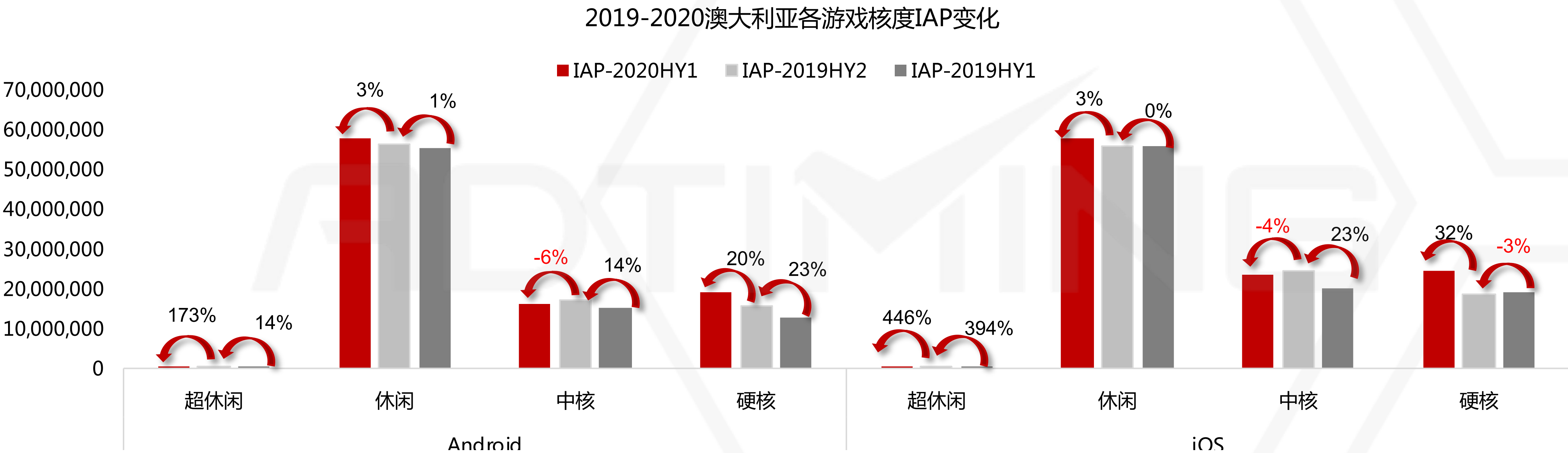
Rank	DAU Top20-AUS	Publisher	Game Core	Gameplay	DAU-2020HY1	环比	同比
1	Roblox	Roblox Corporation	硬核	沙盒	190.45K	31%	43%
2	Fishdom	Playrix	中核	消除+模拟养成	146.93K	292%	483%
3	Brain Out	Focus apps	休闲	益智解谜	137.14K	194%	-
4	Woodturning	Voodoo	超休闲	生活模拟	130.77K	-	-
5	Brain Test	Unico Studio	休闲	益智解谜	128.76K	1286%	-
6	Call of Duty®	Activision Publishing	硬核	射击-FPS/TPS	123.3K	23%	2418%
7	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	118.33K	35%	88%
8	Sniper 3D	Fun Games For Free	硬核	射击-FPS/TPS	105.03K	16%	18%
9	Johnny Trigger	SayGames	超休闲	射击-动作射击	104.9K	2953%	-
10	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	99.67K	8%	-14%
11	Draw Climber	Voodoo	超休闲	竞速	97.88K	-	-
12	8 Ball Pool	Miniclip	休闲	休闲运动	92.99K	-13%	-6%
13	Subway Surfers	SYBO Games	休闲	跑酷	91.36K	24%	13%
14	Lightning Link Slots	Product Madness	休闲	博彩-老虎机	89.35K	12%	13%
15	Coin Master	Moon Active	休闲	博彩+模拟养成	82.87K	71%	42%
16	Mario Kart Tour	Nintendo	休闲	竞速	81.06K	-12%	-
17	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	77.99K	-13%	-5%
18	Clash of Clans	Supercell	中核	SLG	74.78K	-23%	-11%
19	Pull the Pin	Popcore Games	超休闲	轻益智	74.19K	-	-
20	Ink Inc.	Lion Studios	超休闲	生活模拟	73.41K	37%	-

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

休闲游戏吸金能力超中、硬核；中核IAP环比轻微缩水

和其它地区IAP集中在中、硬核不同的是，澳大利亚营收能力最强的为休闲游戏 —— 虽然上浮的空间不多，但Android和iOS均环比增长3%。休闲领域在已有量级已经很大的情况下，依然能保持稳步增长，已经是可观的成绩。中核和硬核的营收能力相当，然而，虽然下载量有所上涨，但与2019年下半年比，中核在双平台IAP环比各有6%和4%的缩水。

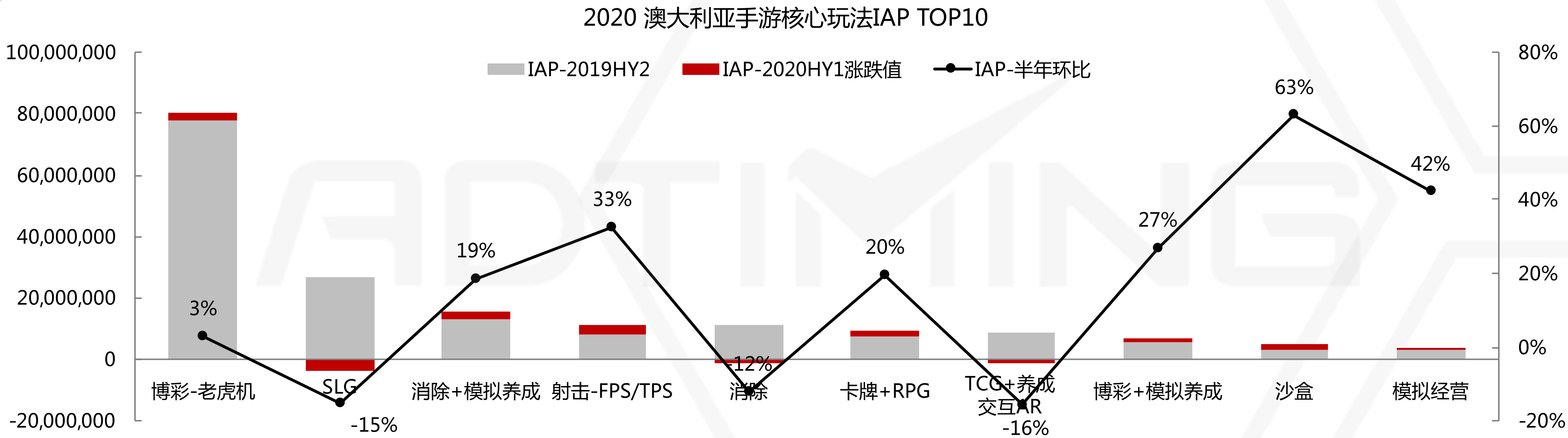


ADTIMING

吸金“王者”博彩-老虎机霸榜IAP头部，贡献休闲领域大部分营收

博彩-老虎机的吸金能力让其它品类望尘莫及，也贡献了休闲游戏的大部分应用内收入。IAP TOP20中，七款老虎机游戏上榜，其中包括《Slotomania Vegas Casino Slots》等三款霸榜前三。还有出海玩家博乐科技的《Cash Frenzy》也在榜。IAP下跌最多的“TCG+养成交互AR”品类下仅有《Pokémon GO》这一款游戏（环比下跌16%）。虽然该游戏仍在榜单中位列第五，但因疫情人们鲜少出门，对游戏营收有较大影响。涨势最大的为沙盒，环比增长63%，其主要贡献者为硬核游戏《Roblox》。

BEST TIMING FOR ADS



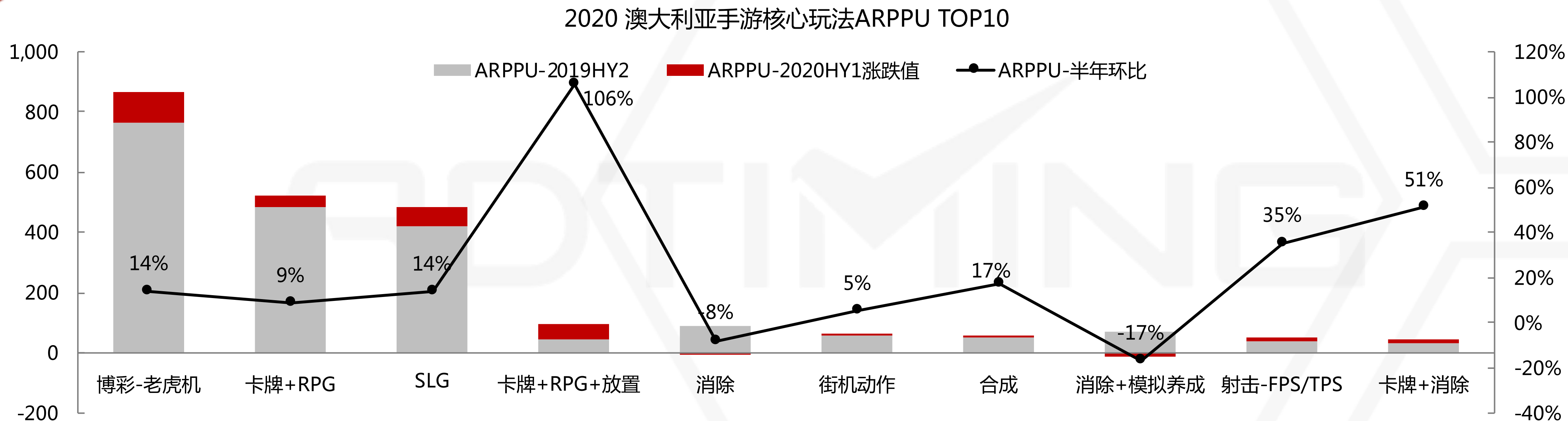
* 单位说明：IAP收入单位为美元（下同）

ADTIMING

《剑与远征》推动“卡牌+RPG+放置”最高幅ARPPU增长，而消除玩法手游用户价值走低

BEST TIMING FOR ADS

因《剑与远征》在ARPPU榜单产生了最高的环比增长（103%），因此推动“卡牌+RPG+放置”整体品类涨幅达到106%。博彩-老虎机为单个用户价值最高品类，且有14%的小幅度环比上涨。因此，虽然该品类活跃用户量级较小，但营收总额大。此外，“卡牌+RPG”的用户价值也较高。该品类ARPPU上浮的主要贡献者为《Fate/Grand Order》，其两个版本均跻身进ARPPU Top20的榜单。消除及“消除+模拟养成”单个玩家内购价值分别出现8%和17%的环比下滑。



* 单位说明：ARPPU收入单位为美元（下同）

ADTIMING

仅四款硬核游戏跻身IAP榜单，两款来自出海厂商

BEST TIMING FOR ADS

虽然硬核在澳大利亚的营收能力远不比休闲，但上榜的四款硬核游戏里有两款来自于中国出海厂商——腾讯和莉莉丝（《PUBG MOBILE》和《Rise of Kingdoms》）。

同为Playrix旗下的消除游戏，《Fishdom》以169%实现了榜单中最大的环比增长，而《Homescapes》却以30%的环比下滑成为榜单中缩水最严重的游戏。

Rank	IAP Top20-AUS	Publisher	Game Core	Gameplay	IAP-2020HY1	环比	同比
1	Lightning Link Slots	Product Madness	休闲	博彩-老虎机	30.84M	1%	41%
2	Slotomania Vegas Casino Slots	Playtika	休闲	博彩-老虎机	14.11M	5%	0%
3	Cashman Casino Vegas Slot Game	Product Madness	休闲	博彩-老虎机	12.13M	8%	26%
4	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	8.09M	31%	62%
5	Pokémon GO	Niantic	中核	TCG+养成交互AR游戏	7.45M	-16%	27%
6	Clash of Clans	Supercell	中核	SLG	6.86M	-25%	-24%
7	Coin Master	Moon Active	休闲	博彩+模拟养成	6.83M	27%	38%
8	PUBG MOBILE	Tencent Games	硬核	射击-FPS/TPS	6.49M	32%	66%
9	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	6.27M	-12%	-17%
10	Slots: Heart of Vegas™	Product Madness	休闲	博彩-老虎机	5.73M	-12%	-56%
11	Rise of Kingdoms	Lilith Games	硬核	SLG	5.48M	14%	33%
12	Roblox	Roblox Corporation	硬核	沙盒	4.66M	63%	129%
13	Heart of Vegas Slots Casino	Product Madness	休闲	博彩-老虎机	4.34M	-8%	-34%
14	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	3.86M	-30%	-23%
15	Cash Frenzy™	Grande Games	休闲	博彩-老虎机	3.7M	41%	138%
16	AFK Arena	Lilith Games	中核	卡牌+RPG+放置	3.46M	39%	151%
17	Fishdom	Playrix	中核	消除+模拟养成	3.46M	169%	172%
18	Slots Casino	PLAYTIKA UK	休闲	博彩-老虎机	3.41M	-7%	-29%
19	RAID: Shadow Legends	Plarium Global	硬核	卡牌+RPG	3.13M	36%	343%
20	Klondike Adventures	VIZOR APPS	休闲	模拟经营	2.81M	92%	91%

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

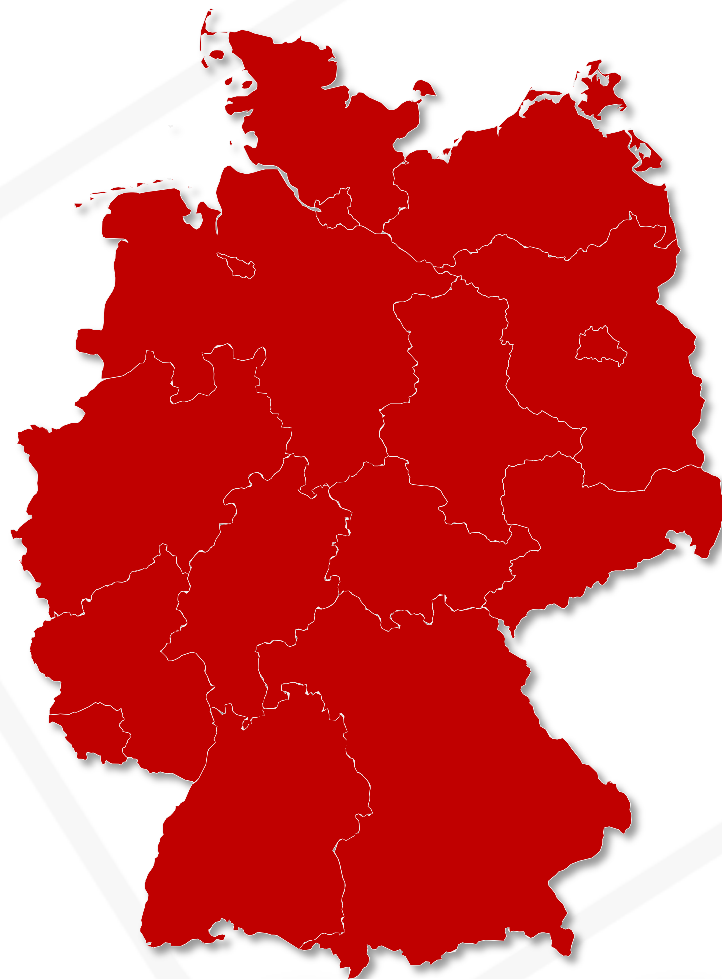
ADTIMING

德国

01 超休闲、休闲游戏整体增速放缓，且营收能力缩水；硬核游戏吸金能力不敌中核，后者贡献最多应用内购营收

02 生活模拟热度爆发，晋升超休闲领域的新“顶梁柱”；SLG下载量触顶

03 SLG单个用户价值走高，出海游戏位居ARPPU榜首；“博彩+模拟养成”玩法的《Coin Master》吸金能力最强





GDP：4.16万亿美元



人口：0.84亿



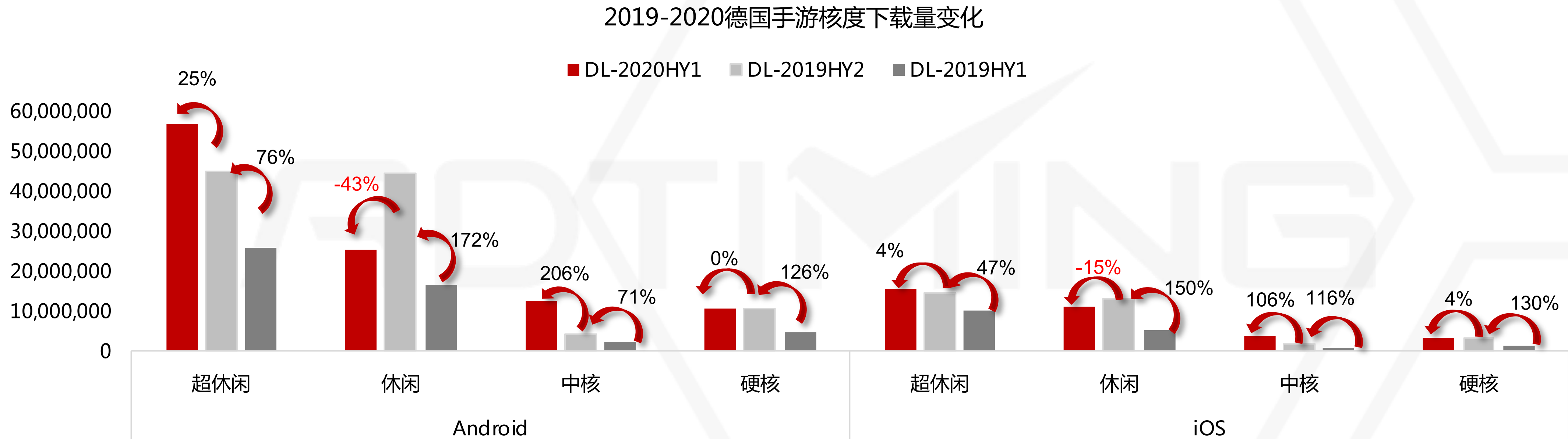
游戏营收：60亿美元

ADTIMING

超休闲、休闲游戏聚集最多流量却增速放慢，中核双平台同比增长均超340%

BEST TIMING FOR ADS

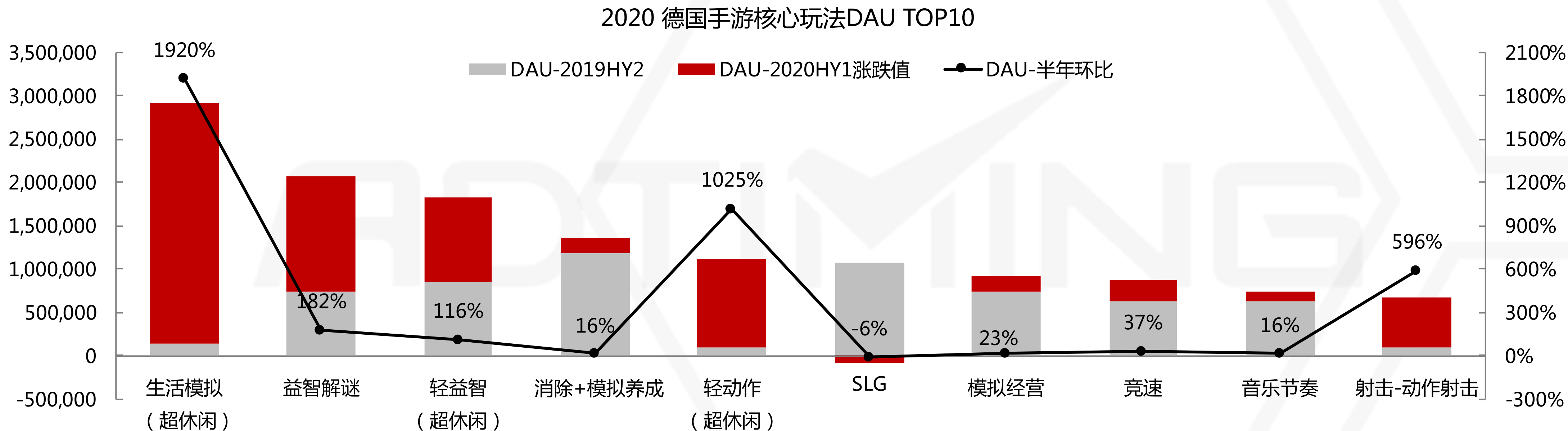
德国市场的大部分玩家都集中于超休闲和休闲游戏内。中核游戏的下载量较去年相比呈现最快的同比增长（Android平台增长423%，iOS平台增长344%）。相比之下，休闲游戏分别在iOS和Android平台获客环比缩水43%和15%，超休闲游戏保持微幅稳步增长（Android环比上行25%， iOS环比上行4%）。虽然用户体量集中在超休闲、休闲上，但这两个核度的增速出现不同程度的放缓，流量触顶，同时竞争也更加剧烈。



ADTIMING

生活模拟热度爆发，三款“消除+模拟养成”经典之作稳步增长带动中核稳定上行

生活模拟、益智解谜、轻益智是流量池的主要贡献者，生活模拟实现了环比1920%的爆发式增长。其中，超休闲的获客主要来自于新晋高热度的生活模拟（Voodoo的《Woodturning》位居德国DAU Top6 ）及轻益智游戏（代表游戏《Sand Balls》）。休闲中受欢迎的品类繁多，其中主要客源由益智解谜（代表游戏《Brain Out》和《Brain Test》分别拿下第1和第9的名次）的玩家构成。而中核的热度上涨和“消除+模拟养成”热度的稳定上升息息相关，其中的主要贡献者是Playrix，它出品的游戏中，《Gardenscapes》、《Fishdom》跻身DAU Top4， 而《Homescapes》也位列第10。唯一DAU下行的品类为SLG（环比下滑6%）。



BEST TIMING FOR ADS
ADTIMING

MOBA新游《Brawl Stars》为中核流量池扩张的另一贡献者

BEST TIMING FOR ADS

仅有一款SLG游戏入榜且排名最末（《Clash of Clans》），而SLG也是TOP10核心玩法DAU中唯一下跌的品类（环比下跌6%）。

▶ 除上一页提到的“消除+模拟养成”外，另一款中核游戏池的贡献者为今年大热的新游，《Brawl Stars》。

超休闲品类中《Johnny Trigger》表现优异，较2019年下半年，以2432%的环比增长冲上了榜单第12名，新游《Draw Climber》也跻身榜单第15位。

Rank	DAU Top20-DEU	Publisher	Game Core	Gameplay	DAU-2020HY1	环比	同比
1	Brain Out	Focus apps	休闲	益智解谜	659.96K	117%	-
2	Subway Surfers	SYBO Games	休闲	跑酷	515.18K	19%	12%
3	Fishdom	Playrix	中核	消除+模拟养成	514.77K	133%	317%
4	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	504.91K	14%	83%
5	Roblox	Roblox Corporation	硬核	沙盒	391.98K	24%	30%
6	Woodturning	Voodoo	超休闲	生活模拟	381.23K	-	-
7	Brawl Stars	Supercell	中核	MOBA	333.8K	6%	-27%
8	Township	Playrix	休闲	模拟经营	331K	-30%	23%
9	Brain Test	Unico Studio	休闲	益智解谜	327.3K	23618%	-
10	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	306.03K	-27%	-18%
11	Magic Tiles 3	AMANOTES	休闲	音乐节奏	299.42K	-12%	37%
12	Johnny Trigger	SayGames	超休闲	射击-动作射击	296.8K	2432%	-
13	Mario Kart Tour	Nintendo	休闲	竞速	271.31K	-2%	-
14	Coin Master	Moon Active	休闲	博彩+模拟养成	251.62K	-68%	7%
15	Draw Climber	Voodoo	超休闲	竞速	250.87K	-	-
16	Call of Duty®	Activision Publishing	硬核	射击-FPS/TPS	249.65K	1%	-
17	Hunter Assassin	Ruby Game Studio	休闲	射击-动作射击	249.11K	187%	-
18	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	243.31K	22%	-1%
19	Sand Balls	SayGames	超休闲	轻益智	221.37K	-51%	-
20	Clash of Clans	Supercell	中核	SLG	220.11K	4%	2%

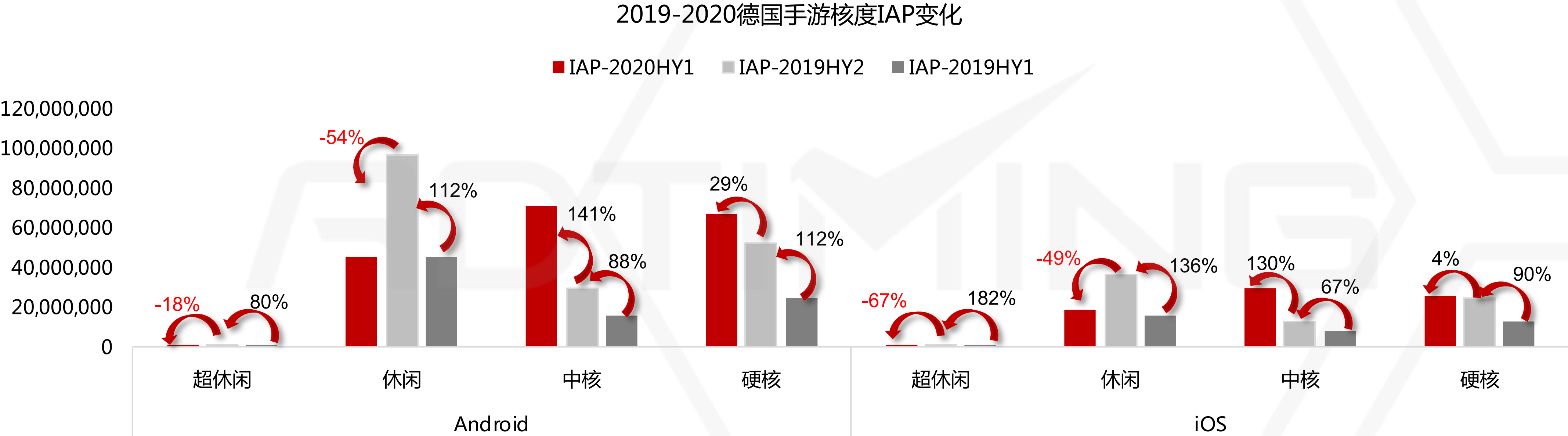
* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

休闲游戏在Android平台IAP营收缩水严重；中核游戏吸金能力一路猛涨

休闲游戏在德国的应用内购营收下滑严重—— 和2019年上半年相比，休闲游戏在Android平台缩水2%；而和2019年下半年相比，数据的缩水更为严重，在两个平台分别下跌了54%和49%。与之相对的是，中核游戏的营收能力一路猛涨，较2019年下半年，在Android和iOS的IAP涨幅分别达到了141%和130%之高，且Android平台拥有更高的IAP体量。

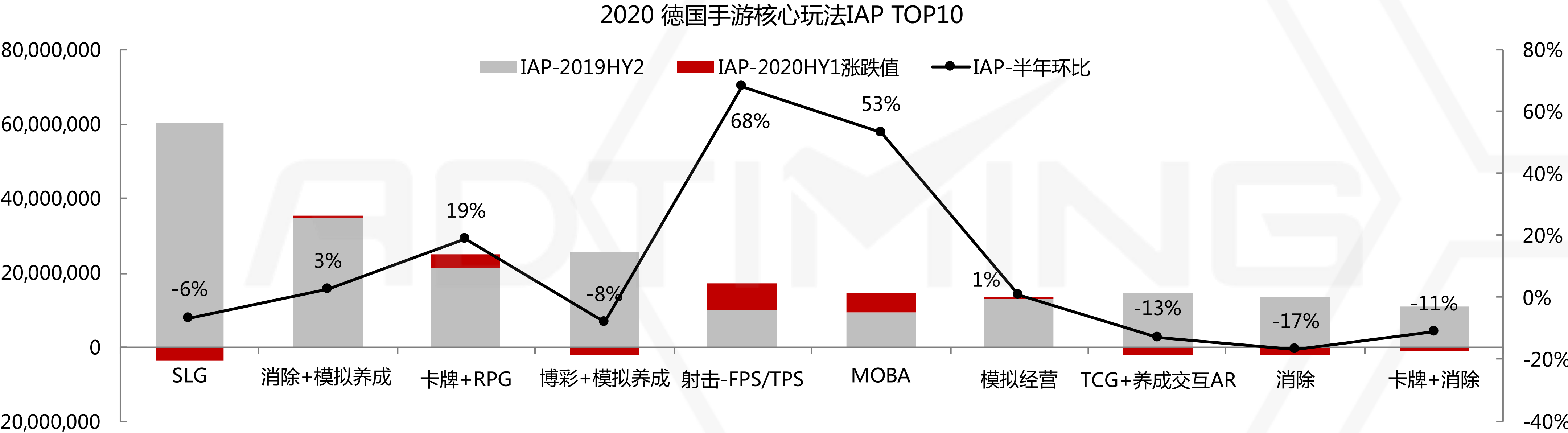
BEST TIMING FOR ADS



ADTIMING

有消除元素的游戏营收部分出现缩水；射击和MOBA为IAP增速最快品类

德国整体IAP呈下跌趋势。SLG虽然在获客量及IAP的营收能力上均有下降，但依然是IAP大头（共有五款SLG登上IAP TOP20榜，其中包括《Clash of Clans》及《Rise of Kingdoms》）。射击和MOBA是IAP增速最快的品类，分别为68%和53%，其中射击的营收主要靠《PUBG MOBILE》和《Call of Duty》这两款游戏撑起，而MOBA的营收增长得益于《Brawl Stars》。与消除相关的品类营收上浮微小或有所缩水，其反映在休闲中的传统消除最为明显（环比下滑17%），老牌游戏《Candy Crush Saga》表现不佳。

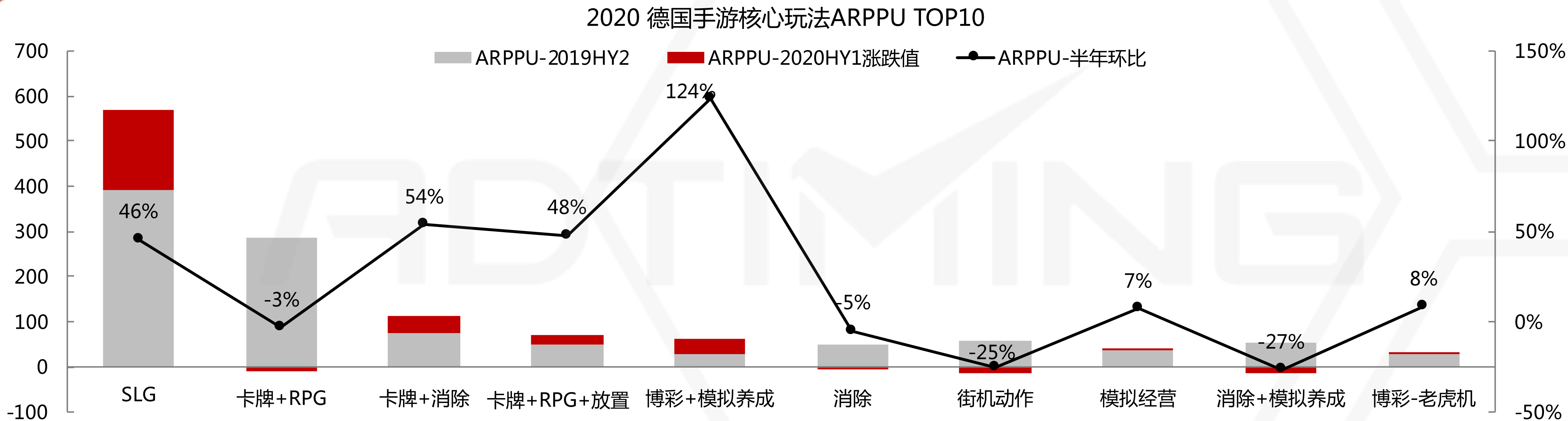


* 单位说明：IAP收入单位为美元（下同）

ADTIMING

ARPPU榜首出海新游《新三國志手機版》拉动SLG品类单个用户价值上涨

SLG单个用户价值最高，环比产生46%的增长（《新三國志手機版》位居ARPPU榜单首位）。此外，“卡牌+模拟消除”ARPPU走高，说明该品类营收下滑主要是和下载量触顶且活跃用户缩水有关（代表游戏《Empires & Puzzless》）。“博彩+模拟养成”是2020年上半年环比涨幅最高的品类，为124%，其主要贡献者为《Coin Master》。街机动作玩家的付费能力出现颓势，环比下跌25%（诸如《DRAGON BALL LEGENDS》出现ARPPU递减的情况，环比缩水31%）



* 单位说明：ARPPU收入单位为美元（下同）

ADTIMING

中核游戏占据IAP Top5的四个席位；博彩融合玩法《Coin Master》最为吸金

BEST TIMING FOR ADS

榜单中有近一半的游戏环比营收都呈下滑的形势。吸金能力最强的为博彩融合玩法下的《Coin Master》，同比增长257%。两款硬核游戏《State of Survival》和《Hero Wars》营收能力涨幅巨大，同比分别达到了160905%及407%。

IAP Top10中，中核游戏占据了6个席位。

Rank	IAP Top20-DEU	Publisher	Game Core	Gameplay	IAP-2020HY1	环比	同比
1	Coin Master	Moon Active	休闲	博彩+模拟养成	23.67M	-8%	257%
2	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	17.85M	14%	9%
3	Brawl Stars	Supercell	中核	MOBA	14.54M	53%	15%
4	Pokémon GO	Niantic	中核	TCG+养成交互AR	12.72M	-13%	-24%
5	Clash of Clans	Supercell	中核	SLG	10.39M	-5%	-33%
6	PUBG MOBILE	Tencent Games	硬核	射击-FPS/TPS	10.12M	61%	123%
7	Empires & Puzzles	Small Giant Games	中核	卡牌+消除	9.77M	-11%	-17%
8	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	9.65M	-21%	-21%
9	Rise of Kingdoms	Lilith Games	硬核	SLG	7.73M	51%	46%
10	Guns of Glory	Century Game	硬核	SLG	7.61M	-30%	-22%
11	State of Survival	KingsGroup Holdings	硬核	生存+SLG	7.11M	462%	160905%
12	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	6.8M	-16%	-35%
13	Fishdom	Playrix	中核	消除+模拟养成	6.75M	32%	56%
14	King of Avalon	Century Game	硬核	SLG	6.73M	2%	43%
15	RAID	Plarium Global	硬核	卡牌+RPG	6.19M	51%	170%
16	Summoners War	Com2uS	硬核	卡牌+RPG	6.02M	-7%	-29%
17	Clash Royale	Supercell	中核	SLG	5.58M	-33%	-35%
18	Hero Wars	NEXTERS	硬核	卡牌+RPG	5.46M	42%	407%
19	Slotpark Casino Slots Online	Funstage	休闲	博彩-老虎机	5.23M	0%	7%
20	Call of Duty®	Activision Publishing	硬核	射击-FPS/TPS	4.76M	172%	-

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

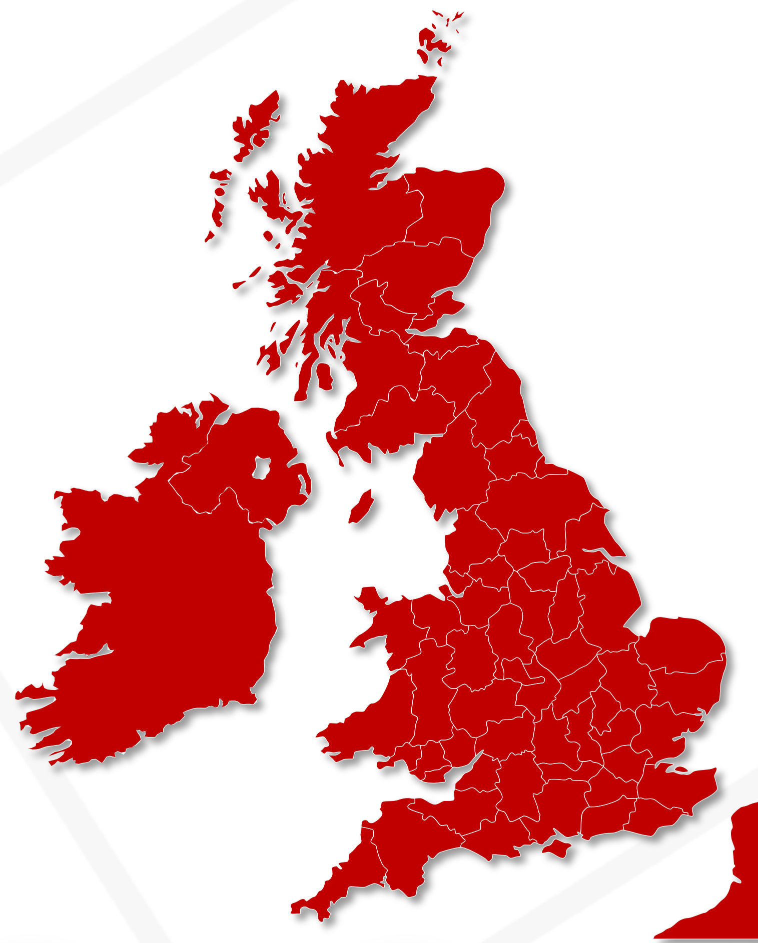
ADTIMING

英国

01 中核用户增长较快；超休闲稳定发展；休闲游戏增长势头减缓、IAP缩水

02 整体市场平稳发展，生活模拟异军突起，拥有最大流量池

03 “消除+模拟养成”带动中核营收增长；SLG付费体量缩水沙盒玩法增长动力强





GDP：2.9万亿美元



人口：6.7千万

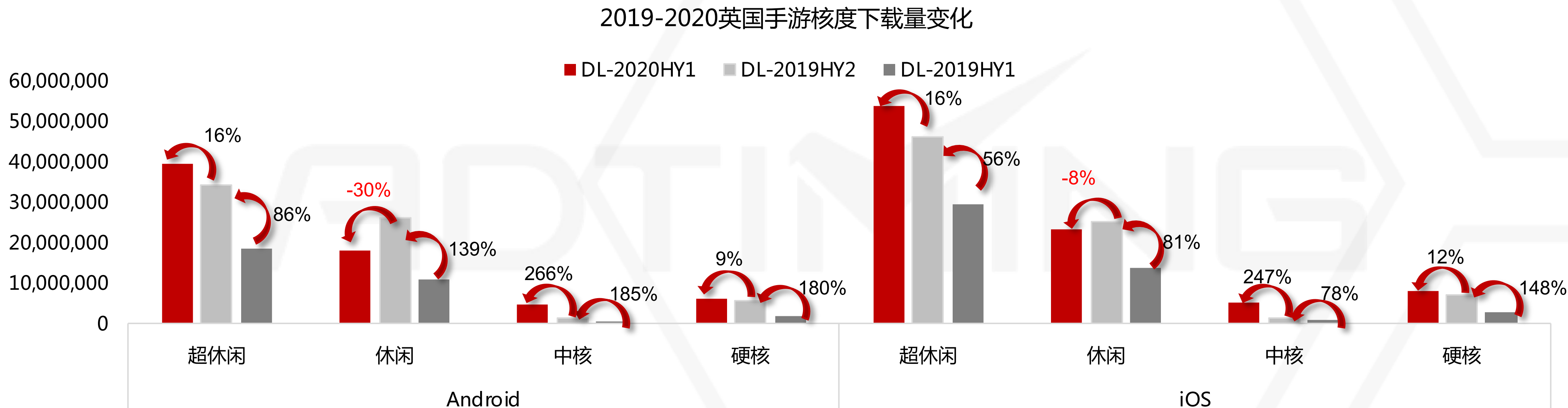


游戏营收：56亿美元

ADTIMING

中核手游下载量增长迅速；超休闲稳定发展；休闲游戏增势放缓

流量汇集于超休闲、休闲这两个核度中。中核的环比增长幅度最大，分别在Android和iOS平台达到266%和247%。休闲在Android和iOS平台分别环比缩水30%和8%，结合这两个平台同比上行66%和67%的趋势，可以看出2020上半年休闲游戏的增长有所放缓。值得一提的是，在英国市场中，iOS平台的下载量略高于Android。

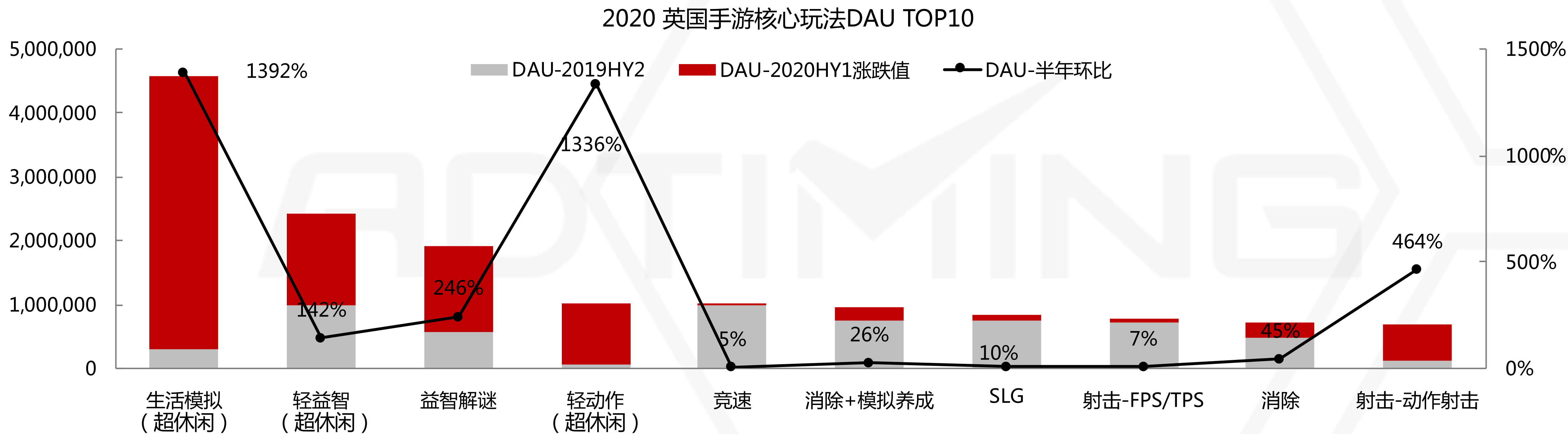


ADTIMING

生活模拟实现最快增长和最大用户体量；益智类游戏增长动力强

BEST TIMING FOR ADS

热门核心玩法的用户体量无一下行，均实现增长。超休闲的获客主力生活模拟（以《Woodturning》、《Ink Inc.》为代表）一跃成为该地区流量最庞大的品类（环比增长1392%）；轻益智（由《Trivia.io》、《Sort It 3D》推动）也实现142%的环比增长；休闲获客主力益智解谜下载量增长达246%，《Brain Test》、《Brain Out》等热门游戏贡献可观。另外，轻动作虽实现1336%的下载量环比增长，但并无游戏登上DAU Top20榜单，可见此类游戏爆款虽少，但发行数量较多。



ADTIMING

DAU Top20中超休闲、休闲是主流，生活模拟游戏题材广

BEST TIMING FOR ADS

《Roblox》作为2019至2020年上半年用户体量最大的游戏，用户体量继续攀升（环比增长24%），并收获66.3万活跃用户。休闲类游戏中，《Brain Test》、《8 Ball Pool》跻身前三，环比增长分别为1173%、36%。

DAU Top20榜单中，共有三款生活模拟类游戏上榜，覆盖题材广泛——木工题材的《Woodturning》、纹身题材的《Ink Inc.》、夜店保安题材的《ID Please》，这三款游戏共贡献超一百万的活跃用户数。

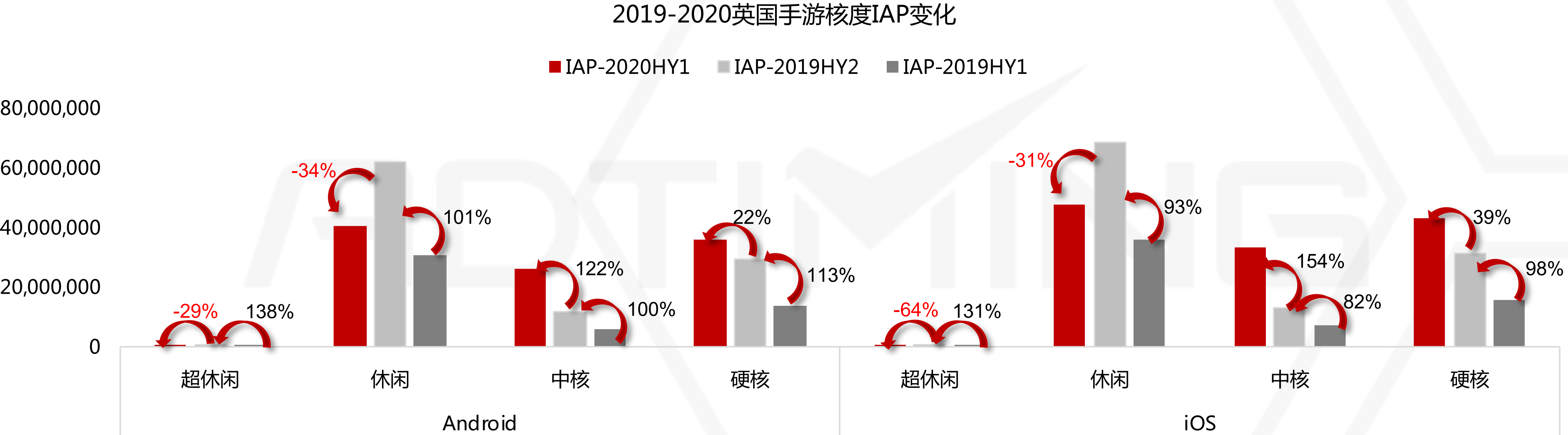
Rank	DAU Top20-GBR	Publisher	Game Core	Gameplay	DAU-2020HY1	环比	同比
1	Roblox	Roblox Corporation	硬核	沙盒	662.61K	24%	24%
2	Brain Test	Unico Studio	休闲	益智解谜	575.35K	1173%	-
3	8 Ball Pool	Miniclip	休闲	休闲运动	567.22K	36%	-8%
4	Woodturning	Voodoo	超休闲	生活模拟	485.53K	-	-
5	Johnny Trigger	SayGames	超休闲	射击-动作射击	371.75K	2351%	-
6	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	351.36K	23%	146%
7	Call of Duty®	Activision Publishing	硬核	射击-FPS/TPS	348.48K	-5%	-
8	Coin Master	Moon Active	休闲	博彩+模拟养成	346.54K	-40%	-78%
9	Brain Out	Focus apps	休闲	益智解谜	339.83K	130%	-
10	Fishdom	Playrix	中核	消除+模拟养成	334.87K	248%	325%
11	Ink Inc.	Lion Studios	超休闲	生活模拟	323.91K	28%	-
12	Draw Climber	Voodoo	超休闲	竞速	307.52K	-	-
13	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	298.68K	15%	-5%
14	Magic Tiles 3	AMANOTES	休闲	音乐节奏	297.66K	-22%	15%
15	Trivia.io	8SEC	超休闲	轻益智	280.32K	-	-
16	Sort It 3D	Supersonic Studios	超休闲	轻益智	256.07K	-	-
17	Tiles Hop	AMANOTES	超休闲	音乐节奏	243.65K	-18%	-19%
18	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	242.16K	-19%	-7%
19	Epic Race 3D	Good Job Games	超休闲	竞速	234.82K	-	-
20	ID Please	Lion Studios	超休闲	生活模拟	221.67K	-	-

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

超休闲、休闲用户付费能力缩水；中核与硬核游戏IAP量级稳步增长，中核涨势最为迅猛

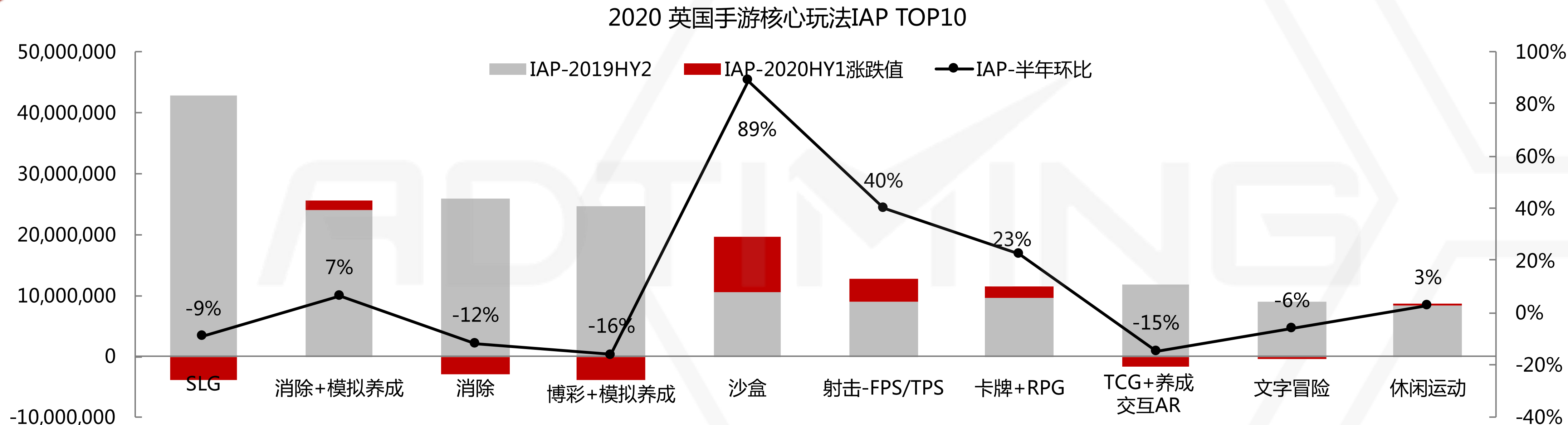
休闲、硬核游戏主导英国付费市场。硬核在Android和iOS平台实现连续正增长（Android平台环比上浮22%、同比增长160%），iOS则达成39%的环比增长和175%的同比增幅。中核IAP产生最快增长（Android平台环比上行122%、iOS平台环比增长154%）。相比之下，双平台的休闲（Android环比下跌34%、iOS环比下跌31%）以及超休闲（Android环比下跌29%、iOS环比下跌64%）的用户付费能力均有缩水。



ADTIMING

“消除+模拟养成”带动中核游戏IAP正增长，SLG付费体量缩水，沙盒增长动力强劲

SLG为吸金品类之首，贡献近4000万美金的IAP收入，但其用户付费能力呈缩水状态（环比下行9%、同比下行14%），IAP Top20中，超半数SLG（如《Clash of Clans》、《Guns of Glory》、《Lords Mobile》）吸金能力均持续下跌。“消除+模拟养成”IAP体量上升7%（《Gardenscapes》和《Fishdom》两款头部游戏IAP上行），带动中核游戏吸金能力增强，对应的则是纯消除这类休闲用户付费能力缩水12%（如《Candy Crush Soda Saga》环比下跌11%）。而随着《Roblox》的稳步增长，沙盒实现89%的环比正增长。



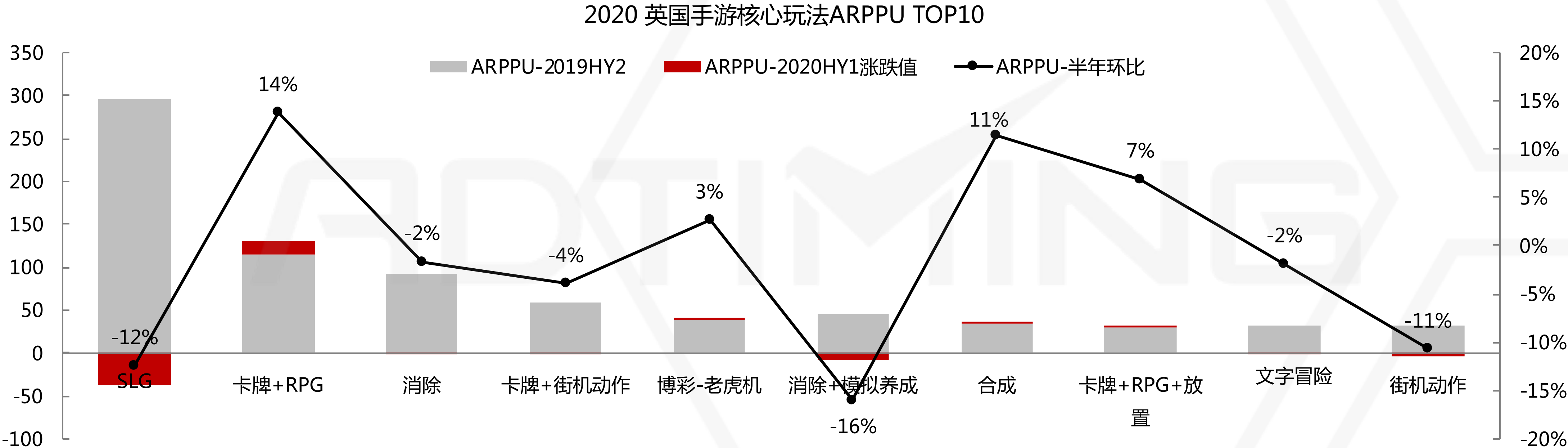
* 单位说明：IAP收入单位为美元（下同）

ADTIMING

SLG保持ARPPU最高值；“卡牌+”用户价值量级可观

SLG的用户价值环比缩水12%，但因头部游戏数量众多（ARPPU Top20榜单中共上榜8款，如《Guns of Glory》），内购用户价值相较其它品类仍保持最高。“卡牌+”这一融合玩法的ARPPU亮眼，共三个品类排名ARPPU Top10 —— “卡牌+RPG”（如《DRAGON BALL Z DOKKAN BATTLE》、《Star Wars™: Galaxy of Heroes》）、“卡牌+街机动作”（如《WWE SuperCard》）、“卡牌+放置+RPG”（如《MARVEL Strike Force》）。“卡牌+”在英国地区涉及到的IP合作包括星球大战、WWE、漫威等。

BEST TIMING FOR ADS



* 单位说明：ARPPU收入单位为美元（下同）

ADTIMING

《Coin Master》持续最吸金，《Roblox》持续正增长；纯消除、AR游戏营收缩水

BEST TIMING FOR ADS

《Coin Master》吸金能力在英国地区保持第一，尽管环比（-16%）、同比（-19%）均有不同程度的下跌，仍获得2063万美金的IAP收入。《Roblox》在持续增长中，排名从2019年的榜单第6攀升至第2，用户付费能力同比上行127%，共为沙盒类贡献1974万美金的IAP收入。

《Candy Crush Saga》、《Pokémon GO》这两款在英国持续霸榜的游戏则分别因纯消除玩法衰退、“TCG+养成交互AR”疫情期间受限等因素，IAP持续下行。

Rank	IAP Top20-GBR	Publisher	Game Core	Gameplay	IAP-2020HY1	环比	同比
1	Coin Master	Moon Active	休闲	博彩+模拟养成	20.63M	-16%	-19%
2	Roblox	Roblox Corporation	硬核	沙盒	19.74M	89%	127%
3	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	12.97M	-11%	-16%
4	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	11.99M	32%	73%
5	Pokémon GO	Niantic	中核	TCG+养成交互AR	10.15M	-15%	-4%
6	Clash of Clans	Supercell	中核	SLG	9.02M	-11%	-23%
7	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	7.91M	-24%	-17%
8	PUBG MOBILE	Tencent Games	硬核	射击-FPS/TPS	6.38M	47%	86%
9	Rise of Kingdoms	Lilith Games	硬核	SLG	5.4M	29%	20%
10	Guns of Glory	Century Game	硬核	SLG	5.08M	-22%	-21%
11	8 Ball Pool	Miniclip	休闲	休闲运动	5.04M	18%	-9%
12	RAID: Shadow Legends	Plarium Global	硬核	卡牌+RPG	4.81M	57%	254%
13	Candy Crush Soda Saga	King	休闲	消除	4.57M	0%	-12%
14	King of Avalon	Century Game	硬核	SLG	4.48M	6%	32%
15	Fishdom	Playrix	中核	消除+模拟养成	4.36M	75%	92%
16	Klondike Adventures	VIZOR APPS	休闲	模拟经营	4.34M	113%	84%
17	Toon Blast	Peak	休闲	消除	4.03M	-22%	-26%
18	Zynga Poker	Zynga	休闲	博彩-扑克	3.82M	-4%	-5%
19	Chapters: Interactive Stories	Crazy Maple Studio Dev	休闲	文字冒险	3.66M	2%	97%
20	Lords Mobile	IGG	硬核	SLG	3.59M	-14%	-31%

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

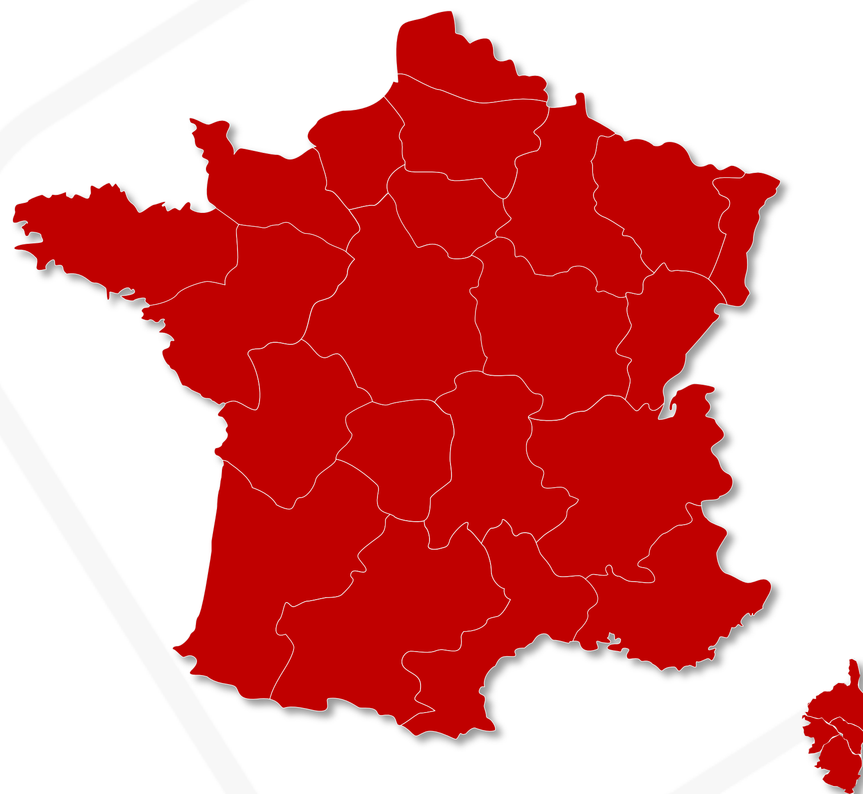
ADTIMING

法国

01 中核用户体量增长迅猛；休闲用户体量基本保持稳定，但吸金能力缩水；硬核用户体量和IAP均增势放缓

02 益智解谜、轻益智、生活模拟拥有Top3流量池，增幅可观；SLG增速放缓

03 “卡牌+RPG”取代SLG，成为法国吸金之王；“博彩+模拟养成”在《Coin Master》带动下成为风口





GDP：2.9万亿美元



人口：6.5千万



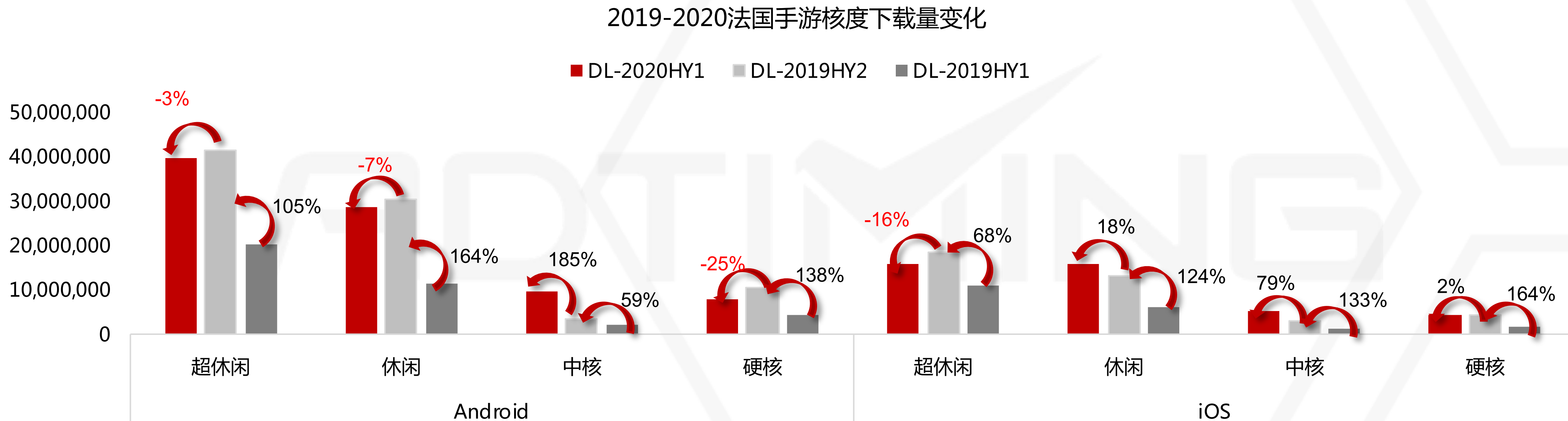
游戏营收：41亿美元

ADTIMING

法国中核游戏下载量增势迅猛；休闲游戏基本保持稳定发展；超休闲、硬核增势放缓

BEST TIMING FOR ADS

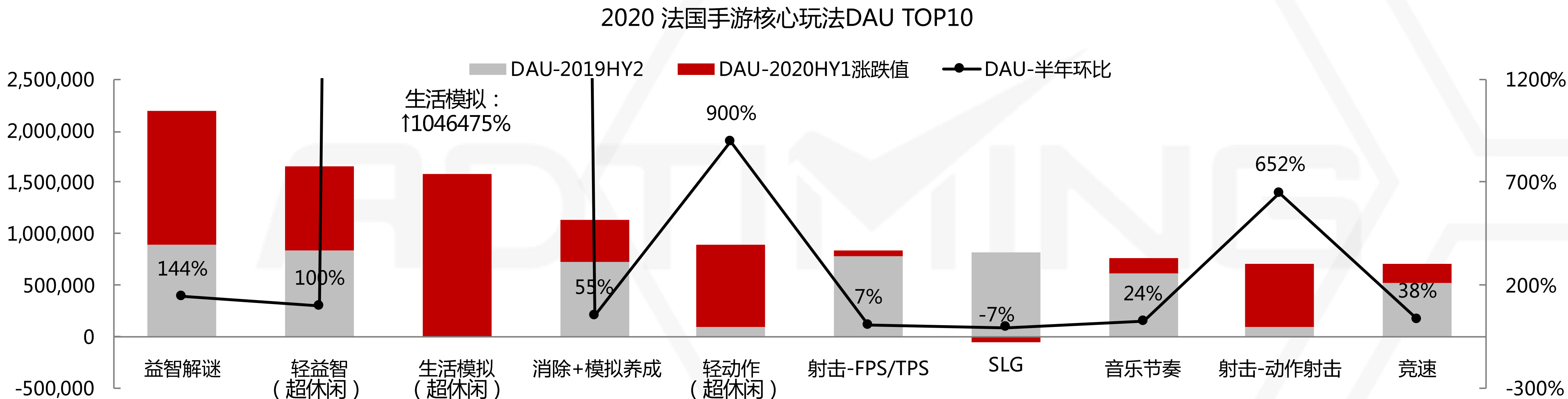
法国市场整体以超休闲、休闲游戏为主。2019年至2020年上半年，仅中核游戏在双平台呈连续上行趋势，环比增长幅度亮眼（Android达185%，iOS达79%）。与之相反的是，超休闲环比均成下跌态势（Android降幅为3%，iOS为16%），硬核的环比增长也停滞（Android降幅为25%，iOS仅增长2%），从侧面反映出法国的超休闲和硬核市场竞争加剧、流量触顶、增速放缓的发展形态。



ADTIMING

益智解谜、轻益智、生活模拟拥有Top3流量池；生活模拟的增长最为迅猛

热门核心玩法中，**仅SLG用户体量呈下行趋势（环比下跌7%），其余品类均实现增长。**超休闲的获客主力生活模拟（以《Woodturning》为代表），增长最为迅猛，一跃成为用户体量排名第三的品类；同时，超休闲的轻益智（无游戏上Top20榜，证明游戏基数较大并集中在腰部）、轻动作（如《Push 'em all》）皆拥有庞大用户群。休闲获客主力益智解谜下载量环比增长达144%，主要由《Brain Test》、《Brain Out》下载量的增长带动。



ADTIMING

法国流量市场稳定发展；《Brain Out》夺冠，老游《Subway Surfers》持续增长

BEST TIMING FOR ADS

2019年8月在法国上线的《Brain Out》一经发布便广受欢迎，成为用户体量最高的游戏，拥有65万活跃用户。《Subway Surfers》这款跑酷老牌游戏的用户体量也有环比5%的小幅度增长，排名爬升至第二名。

DAU 排名前20的游戏中，仅2款环比下滑，其余均借助头部效应持续增长。

Rank	DAU Top20-FRA	Publisher	Game Core	Gameplay	DAU-2020HY1	环比	同比
1	Brain Out	Focus apps	休闲	益智解谜	646K	164%	-
2	Subway Surfers	SYBO Games	休闲	跑酷	531.65K	5%	10%
3	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	452.17K	68%	122%
4	Coin Master	Moon Active	休闲	博彩+模拟养成	432.36K	1532%	1864%
5	Magic Tiles 3	AMANOTES	休闲	音乐节奏	385.11K	2%	40%
6	Roblox	Roblox Corporation	硬核	沙盒	381.26K	12%	48%
7	Fishdom	Playrix	中核	消除+模拟养成	358.04K	464%	604%
8	Johnny Trigger	SayGames	超休闲	射击-动作射击	322.29K	3112%	-
9	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	319.83K	-20%	1%
10	Woodturning	Voodoo	超休闲	生活模拟	303.37K	-	-
11	Sniper 3D	Fun Games For Free	硬核	射击-FPS/TPS	300.79K	7%	14%
12	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	295.97K	20%	-3%
13	Call of Duty®	Activision Publishing	硬核	射击-FPS/TPS	292.3K	5%	-
14	Hunter Assassin	Ruby Game Studio	休闲	射击-动作射击	280.96K	229%	-
15	Brawl Stars	Supercell	中核	MOBA	268.32K	2%	-49%
16	Brain Test	Unico Studio	休闲	益智解谜	265.97K	40743%	-
17	CodyCross	Fanatee	休闲	益智解谜	265.69K	-19%	-27%
18	Push'em all	Voodoo	超休闲	轻动作	254.87K	1215%	-
19	UNO!™	Mattel163	休闲	桌游棋牌	247.9K	14%	69%
20	Scrabble® GO	Scopely	休闲	益智解谜	235.26K	-	-

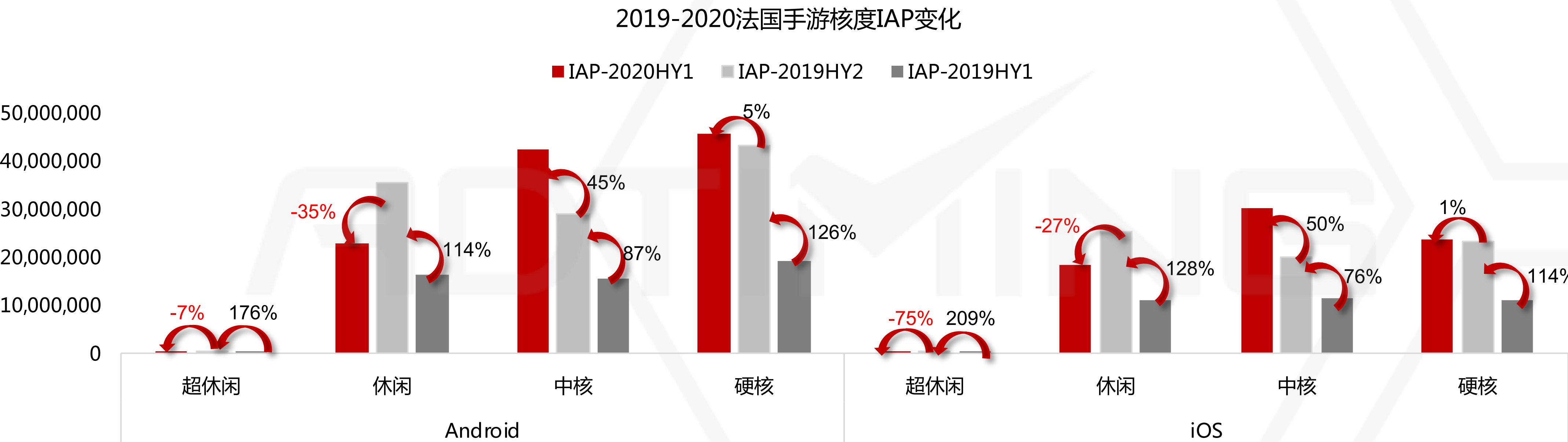
* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

超休闲、休闲用户付费能力环比缩水；硬核IAP稳中求进；中核2020年增速相对最大

休闲、中核、硬核游戏在法国的吸金能力表现较为均衡。而中核游戏在Android和iOS平台实现最快正增长（Android环比上行45%、同比增长172%，iOS则达成50%的环比增长和165%的同比增幅）。硬核的用户付费能力稳重求进（Android环比上行5%、iOS平台环比增长1%）。相比之下，双平台的超休闲（Android环比下跌7%、iOS环比下跌75%）、休闲（Android环比下跌35%、iOS环比下跌27%）用户付费能力均有不同程度缩水。

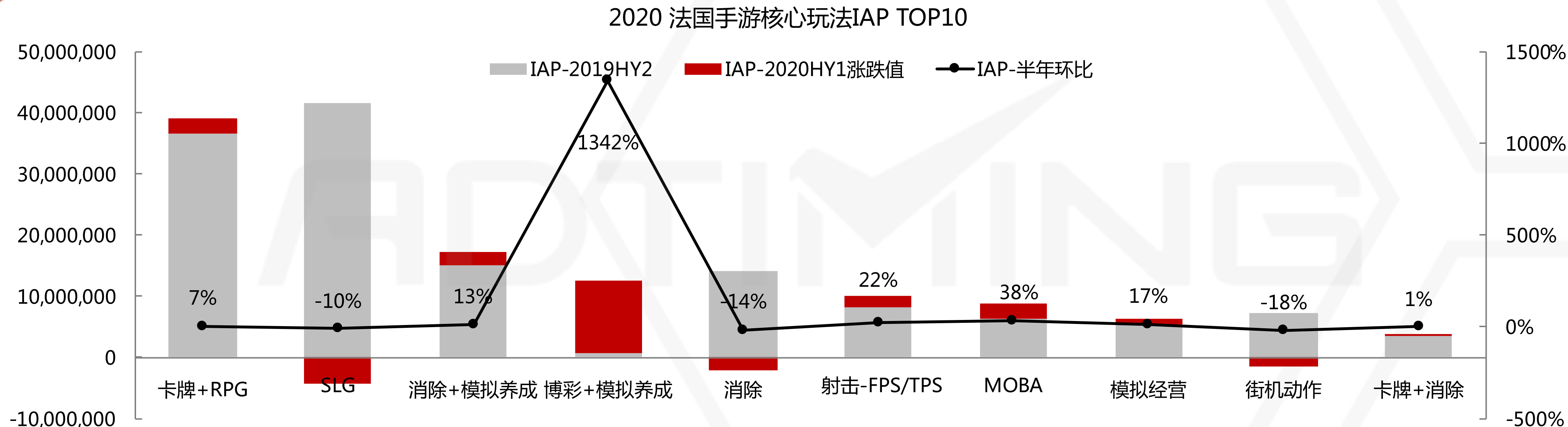
BEST TIMING FOR ADS



ADTIMING

“卡牌+RPG”、SLG玩法在法国最吸金；“模拟养成+”玩法实现快速增长

“卡牌+RPG”（中核+硬核）、SLG（中核+硬核）仍为法国吸金的两个品类，共贡献近8000万美金的IAP收入，并相对稳定地发展。IAP Top10中，中核“模拟养成+”的融合玩法有亮眼增长态势，尤其是“博彩+模拟养成”，在IAP排名第一游戏（《Coin Master》）的推动下，用户付费能力环比上行1342%。而“消除+模拟养成”则在如《Gardenscapes》的推动下，IAP稳定增长，实现13%环比上浮。休闲核度中，纯消除类吸金能力下行（环比下滑14%），主要反映在《Candy Crush Saga》这类游戏的IAP下跌。

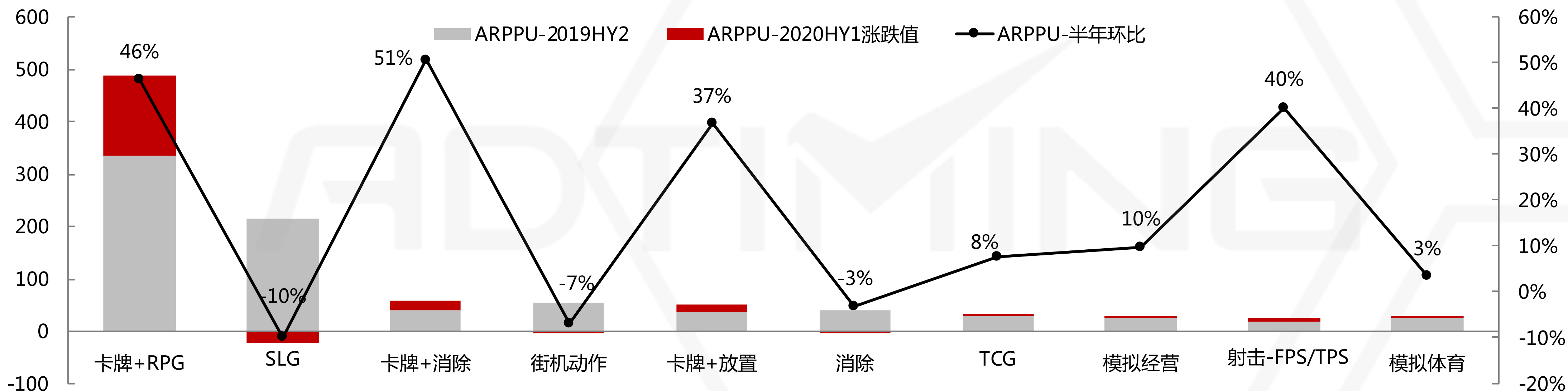


* 单位说明：IAP收入单位为美元（下同）

ADTIMING

“卡牌+”ARPPU增长潜力大，用户价值高，以“卡牌+RPG”类玩法为“最”

“卡牌+”融合玩法付费用户价值更高、增幅相对更大（共三个品类在ARPPU Top10内），其中“卡牌+RPG”ARPPU全法第一，其中，《Saint Seiya Awakening》、《DRAGON BALL Z DOKKAN BATTLE》、《Summoners War》这3款“卡牌+RPG”亦是ARPPU Top3；《Empires & Puzzles》这款“卡牌+消除”也实现环比28%的正向增长。反观SLG，依靠头部效应，依旧排名第2。但SLG的ARPPU有一定程度环比下跌（-10%），反映在《Guns of Glory》（环比下降30%）等头部游戏ARPPU缩水。



* 单位说明：ARPPU收入单位为美元（下同）

ADTIMING

《Coin Master》位居榜首；出海厂商游族网络、莉莉丝、IGG表现亮眼

BEST TIMING FOR ADS

《Coin Master》吸金能力在法国呈爆发式增长，2020上半年获得1262万美金的IAP收入，环比增长1342%、同比增长2208%。前文中提到的“卡牌+RPG”和SLG这两大最吸金品类游戏占领IAP Top20榜单的半壁江山。

“卡牌+RPG”中《Saint Seiya Awakening》（游族网络）、SLG游戏中的《Rise of Kingdoms》（莉莉丝）、《Lords Mobile》（IGG）均为中国出海手游，表现亮眼。

Rank	IAP Top20-FRA	Publisher	Game Core	Gameplay	IAP-2020HY1	环比	同比
1	Coin Master	Moon Active	休闲	博彩+模拟养成	12.62M	1342%	2208%
2	Clash of Clans	Supercell	中核	SLG	11.12M	-8%	-15%
3	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	8.88M	56%	79%
4	Brawl Stars	Supercell	中核	MOBA	8.86M	38%	-36%
5	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	8.63M	-14%	-17%
6	Summoners War	Com2uS	硬核	卡牌+RPG	8.03M	-11%	2%
7	DRAGON BALL Z DOKKAN BATTLE	BANDAI NAMCO	中核	卡牌+RPG	7.34M	-38%	-34%
8	Saint Seiya Awakening	YOUZU(SINGAPORE)	硬核	卡牌+RPG	7.22M	13%	-
9	Rise of Kingdoms	Lilith Games	硬核	SLG	6.34M	39%	10%
10	The Seven Deadly Sins	Netmarble	硬核	卡牌+RPG	6.29M	-	-
11	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	6.13M	-27%	-26%
12	Clash Royale	Supercell	中核	SLG	5.91M	-34%	-32%
13	Klondike Adventures	VIZOR APPS	休闲	模拟经营	4.65M	27%	49%
14	RAID: Shadow Legends	Plarium Global	硬核	卡牌+RPG	4.13M	22%	178%
15	DRAGON BALL LEGENDS	BANDAI NAMCO	中核	街机动作	3.87M	-13%	-27%
16	Lords Mobile	IGG	硬核	SLG	3.77M	-13%	-41%
17	Empires & Puzzles	Small Giant Games	中核	卡牌+消除	3.7M	1%	2%
18	State of Survival	KingsGroup Holdings	硬核	生存+SLG	3.54M	422%	95810%
19	Pokémon GO	Niantic	中核	TCG+养成交互AR游戏	3.37M	-44%	-30%
20	Guns of Glory	Century Game	硬核	SLG	3.37M	-20%	-24%

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

意大利



01 流量汇聚超休闲、休闲；中核用户体量、付费能力增幅可观；超休闲流量增速放缓

02 整体用户体量攀升，生活模拟增长迅猛，射击向市场潜力巨大；SLG用户体量略有缩水

03 融合玩法付费能力增长强劲；对应的是SLG、纯消除类吸金能力衰退



GDP：2.3万亿美元



人口：6千万

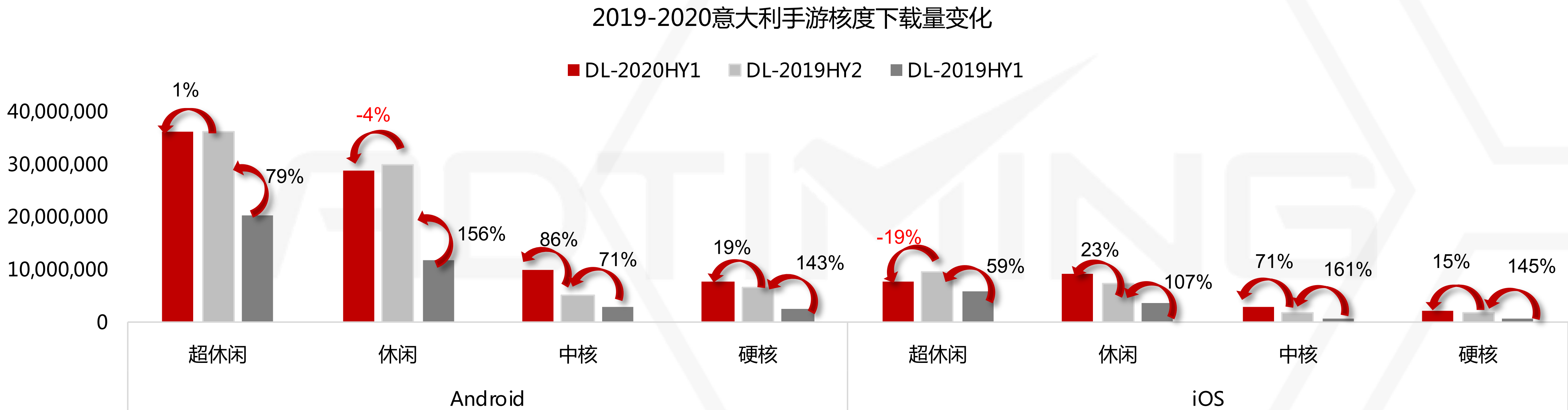


游戏营收：27亿美元

ADTIMING

意大利中核游戏下载量增速最大；反观超休闲增势放缓，iOS环比下行

2020年，超休闲与休闲游戏主导意大利手游流量市场。中核游戏在双平台下载量的环比增速（Android为86%、iOS为71%）、同比增速（Android为219%、iOS为347%）均为最快。相较之下，超休闲在Android平台获客仅增长1%（同比保持81%增长），在iOS平台获客环比缩水19%（同比保持28%正增长），可见超休闲在意大利的增长速度环比放缓，有市场饱和之势。

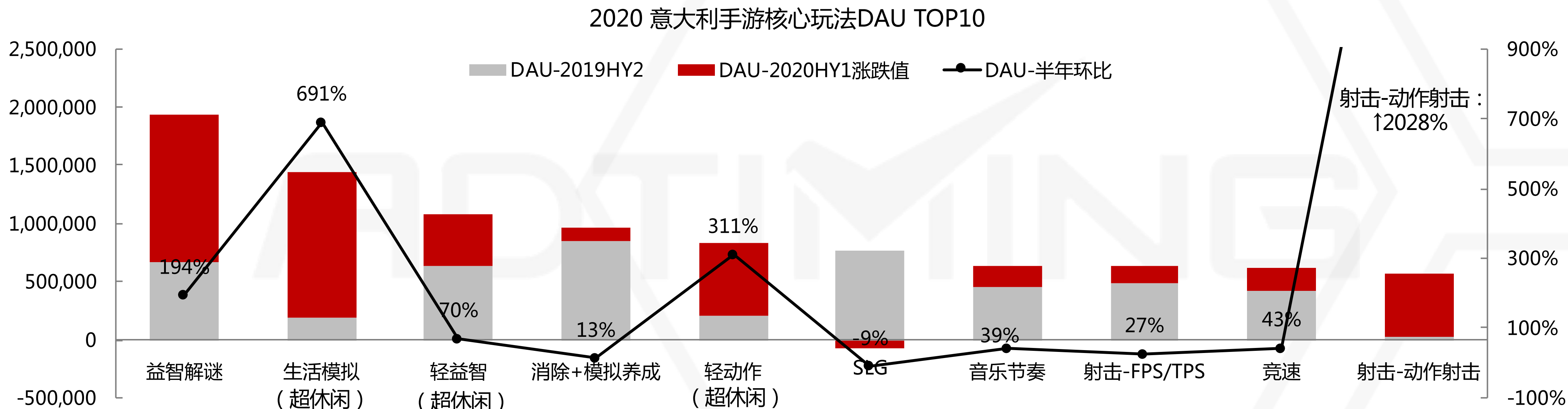


ADTIMING

益智解谜、生活模拟排名前2，《Johnny Trigger》带动动作射击类游戏迅猛增长

BEST TIMING FOR ADS

2020年上半年，意大利的热门核心玩法中，仅SLG的用户体量下行（环比下跌9%），其余品类均实现增长。休闲游戏的获客主力益智解谜环比上行194%（以《Brain Out》、《Brain Test》为代表）；超休闲的获客主力生活模拟用户体量环比上行691%（如《Woodturning》），是意大利DAU排名第二的热门玩法；而轻益智、轻动作等超休闲品类皆保持稳定正增长（虽无游戏登上DAU Top20榜单，但从侧面可见这两个品类发行数量之多）。以《Johnny Trigger》为首的游戏带动动作射击品类用户体量迅猛增长（环比上行2028%），跻身Top10品类。



ADTIMING

《Brain Out》、《Brain Test》增长强劲，《Gardenscapes》、《Subway Surfers》常年火热

BEST TIMING FOR ADS

在意大利DAU Top20榜单中，休闲、中核游戏占领半壁江山。

作为新晋休闲游戏，《Brain Out》、《Brain Test》在发布不到一年的时间里分别跃居意大利DAU榜单第一、第五，足见其火热。

《Gardenscapes》、《Subway Surfers》是发布时间超5年的中核、休闲游戏，依然占据意大利榜单前三，是名副其实的“常青”游戏。

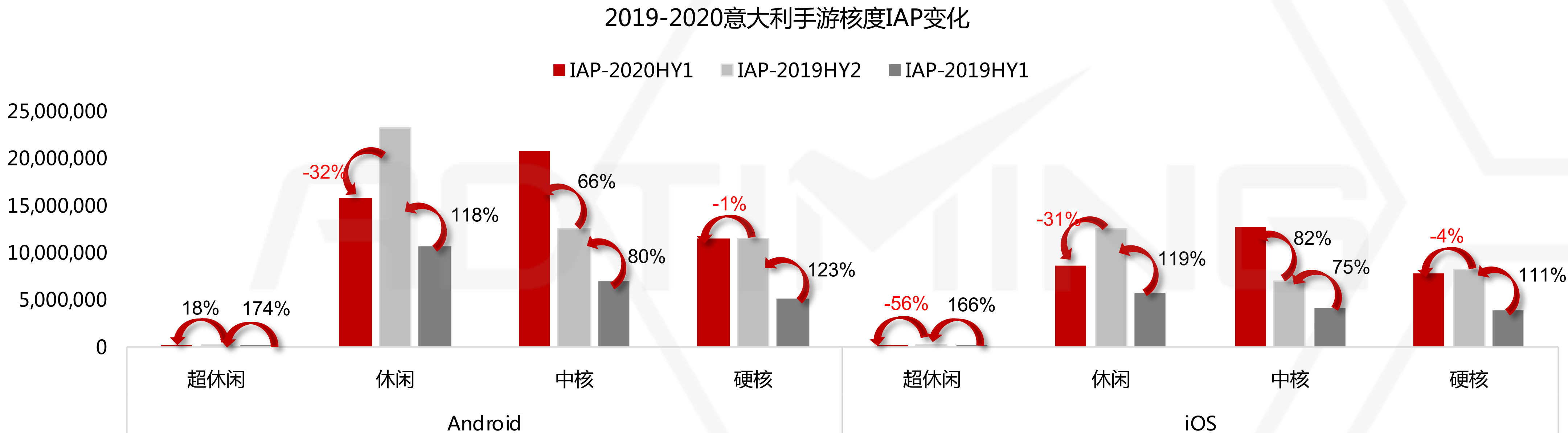
Rank	DAU Top20-ITA	Publisher	Game Core	Gameplay	DAU-2020HY1	环比	同比
1	Brain Out	Focus apps	休闲	益智解谜	610.41K	635%	-
2	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	428.13K	33%	118%
3	Subway Surfers	SYBO Games	休闲	跑酷	368.58K	9%	1%
4	8 Ball Pool	Miniclip	休闲	休闲运动	321.1K	39%	14%
5	Brain Test	Unico Studio	休闲	益智解谜	292.66K	23993%	-
6	Roblox	Roblox Corporation	硬核	沙盒	290.12K	3%	27%
7	Fishdom	Playrix	中核	消除+模拟养成	288.51K	148%	352%
8	Johnny Trigger	SayGames	超休闲	射击-动作射击	271.63K	3500%	-
9	Brawl Stars	Supercell	中核	MOBA	263.33K	-32%	-53%
10	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	241.59K	-37%	-13%
11	My Story	Nanobit	休闲	文字冒险	234.68K	264%	2522%
12	Call of Duty®	Activision Publishing	硬核	射击-FPS/TPS	233.32K	14%	-
13	Magic Tiles 3	AMANOTES	休闲	音乐节奏	231.78K	-14%	-19%
14	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	214.2K	36%	-3%
15	Coin Master	Moon Active	休闲	博彩+模拟养成	211.67K	667%	699%
16	Dancing Road	AMANOTES	超休闲	音乐节奏	209.89K	370%	2836%
17	Sniper 3D	Fun Games For Free	硬核	射击-FPS/TPS	209.81K	45%	32%
18	Woodturning	Voodoo	超休闲	生活模拟	207.37K	-	-
19	Township	Playrix	休闲	模拟经营	206.32K	-26%	55%
20	Clash Royale	Supercell	中核	SLG	199K	-17%	-9%

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

休闲、硬核游戏同比增长、环比略有缩水；中核呈持续增长态势

休闲、中核、硬核游戏在意大利表现出均衡的吸金能力。和2019年下半年相比，休闲、硬核游戏在Android和iOS平台均面临IAP缩水的局面。但休闲、硬核游戏的IAP依旧保持同比增长（休闲iOS增长51%、Android增长49%；硬核iOS增长103%、Android增长122%），说明这两类游戏2020上半年盈利或不如2019下半年，但在2020年上半年的盈利均超过去年同期。另外，**中核游戏的IAP则呈持续增长态势**（Android环比上行66%， iOS环比增长82%）。

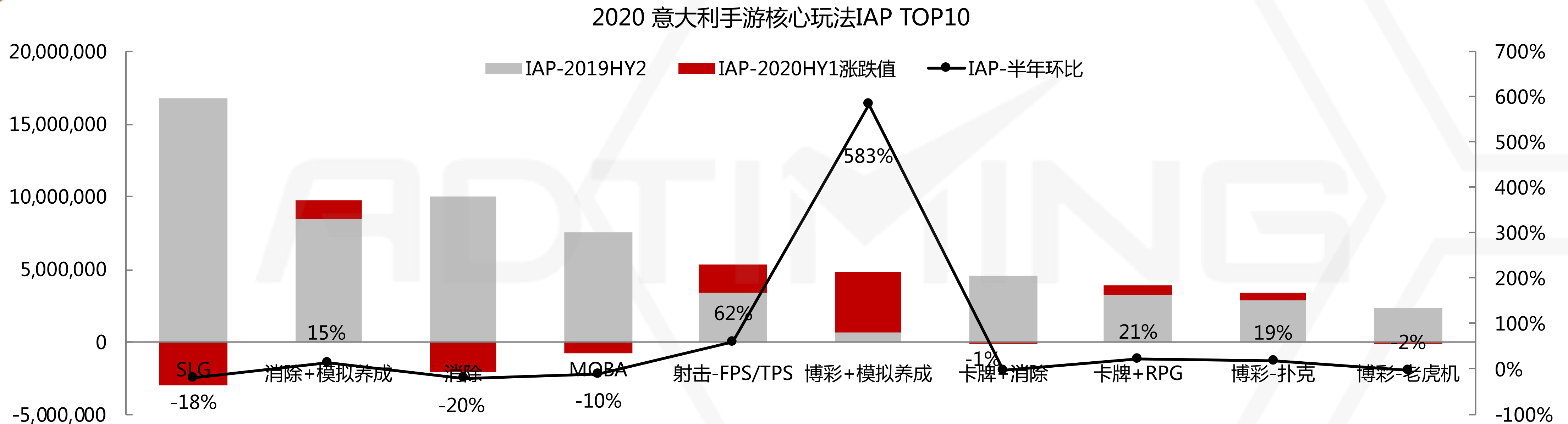


ADTIMING

SLG、纯消除类游戏用户付费能力下跌；“模拟养成+”玩法增长动力强劲

2020年上半年，SLG虽环比下行18%，仍为意大利最吸金的品类，贡献近1400万美金营收。IAP Top10榜单中，“模拟养成+”这一融合玩法表现出强劲增长，尤其是在《Coin Master》带动下，“博彩+模拟养成”用户付费能力环比上行583%、实现最快增长；消除+模拟养成则在《Gardenscapes》、《Fishdom》等游戏的推动下，IAP环比稳步上行（15%），于2020年上半年取代“纯消除”（品类IAP下跌20%，以《Candy Crush Saga》为代表的游戏生存空间受到持续挤压），成为吸金能力仅次于SLG的品类。

BEST TIMING FOR ADS



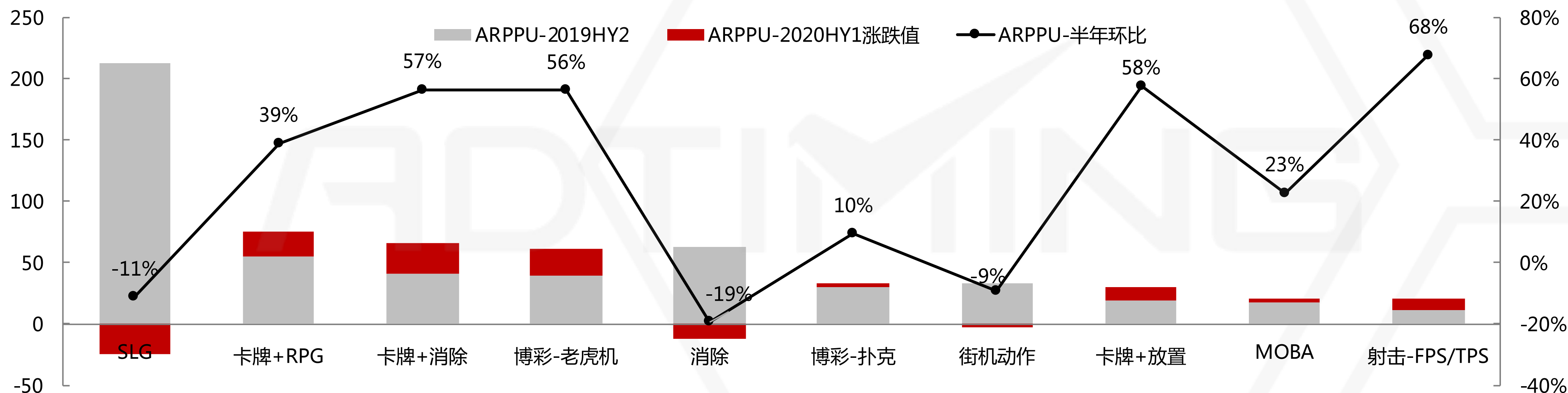
* 单位说明：IAP收入单位为美元（下同）

ADTIMING

“卡牌+”用户价值表现、增长亮眼；常青品类SLG、纯消除ARPPU略有缩水

2020年上半年，“卡牌+”这一融合玩法游戏的用户价值全面上涨，其中“卡牌+RPG”、“卡牌+消除”ARPPU跃居榜单排名二三，“卡牌+放置”环比上行58%。其中，《Empires & Puzzles》作为“卡牌+消除”的代表游戏，在2020年上半年拥有最高用户付费价值。而《Hero Wars》、《Saint Seiya Awakening》、《The Seven Deadly Sins》这三款硬核游戏则共同推高“卡牌+RPG”这一品类的用户价值。相比之下，SLG、纯消除在2020年ARPPU分别环比下行11%、19%。

BEST TIMING FOR ADS



* 单位说明：ARPPU收入单位为美元（下同）

ADTIMING

头部游戏环比营收大部分缩水；“模拟养成+”《Gardenscapes》、《Coin Master》增长强劲

BEST TIMING FOR ADS

意大利的IAP Top20中大部分处于缩水状态。

《Brawl Stars》虽持续占据榜单之首，但其IAP呈现连续下跌的颓势（同比缩水34%，环比缩水11%）。Supercell的其它两款上榜游戏《Clash of Clans》、《Clash Royale》（均为SLG）IAP也在持续缩水。

保持增长的游戏中，以《Gardenscapes》、《Coin Master》为代表的“模拟养成+”表现最为亮眼，位列榜单前五。

Rank	IAP Top20-ITA	Publisher	Game Core	Gameplay	IAP-2020HY1	环比	同比
1	Brawl Stars	Supercell	中核	MOBA	6.4M	-11%	-34%
2	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	4.97M	-18%	-12%
3	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	4.95M	56%	121%
4	Coin Master	Moon Active	休闲	博彩+模拟养成	4.83M	583%	848%
5	Empires & Puzzles	Small Giant Games	中核	卡牌+消除	4.58M	-1%	24%
6	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	3.15M	-20%	-10%
7	Clash of Clans	Supercell	中核	SLG	3.14M	-10%	-13%
8	Clash Royale	Supercell	中核	SLG	2.41M	-51%	-35%
9	Lords Mobile	IGG	硬核	SLG	2.07M	-3%	-26%
10	PUBG MOBILE	Tencent Games	硬核	射击-FPS/TPS	1.96M	80%	123%
11	Slotomania Vegas Casino Slots	Playtika	休闲	博彩-老虎机	1.91M	-7%	-17%
12	King of Avalon	Century Game	硬核	SLG	1.81M	-5%	2%
13	Call of Duty®	Activision Publishing	硬核	射击-FPS/TPS	1.75M	98%	-
14	Guns of Glory	Century Game	硬核	SLG	1.48M	-28%	-41%
15	MARVEL Contest of Champions	Kabam Games	中核	街机动作	1.45M	-26%	-25%
16	Fishdom	Playrix	中核	消除+模拟养成	1.42M	44%	63%
17	Rise of Kingdoms	Lilith Games	硬核	SLG	1.42M	39%	8%
18	Toon Blast	Peak	休闲	消除	1.17M	-30%	-36%
19	Fishing Clash	Ten Square Games	休闲	模拟养成	1.14M	36%	71%
20	Zynga Poker	Zynga	休闲	博彩-扑克	1.1M	-5%	-11%

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

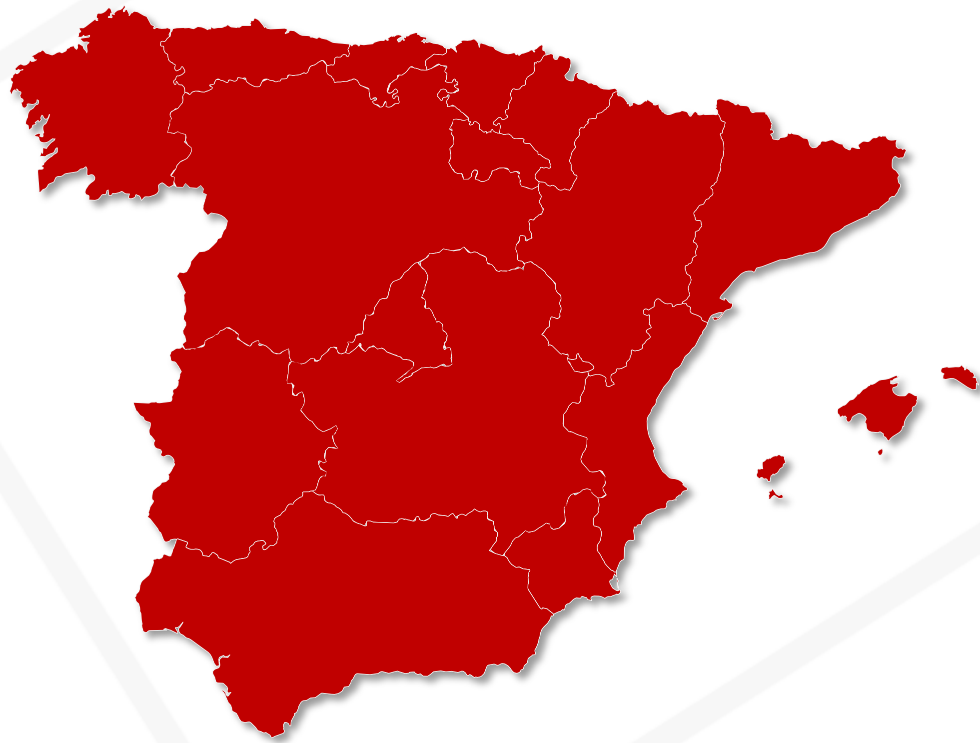
ADTIMING

西班牙

01 西班牙呈现以休闲、超休闲游戏主导的市场形态。中核游戏用户体量、付费能力增幅可观；超休闲、休闲增速放缓

02 以生活模拟、射击向游戏为代表的超休闲游戏热度走高，益智解谜稳居第一

03 “模拟养成+”吸金能力涨势喜人，《Coin Master》、《Gardenscapes》表现亮眼，“卡牌+”用户价值节节攀升；SLG、纯消除、“TCG+养成交互AR”营收缩水





GDP：1.9万亿美元



人口：4.7千万

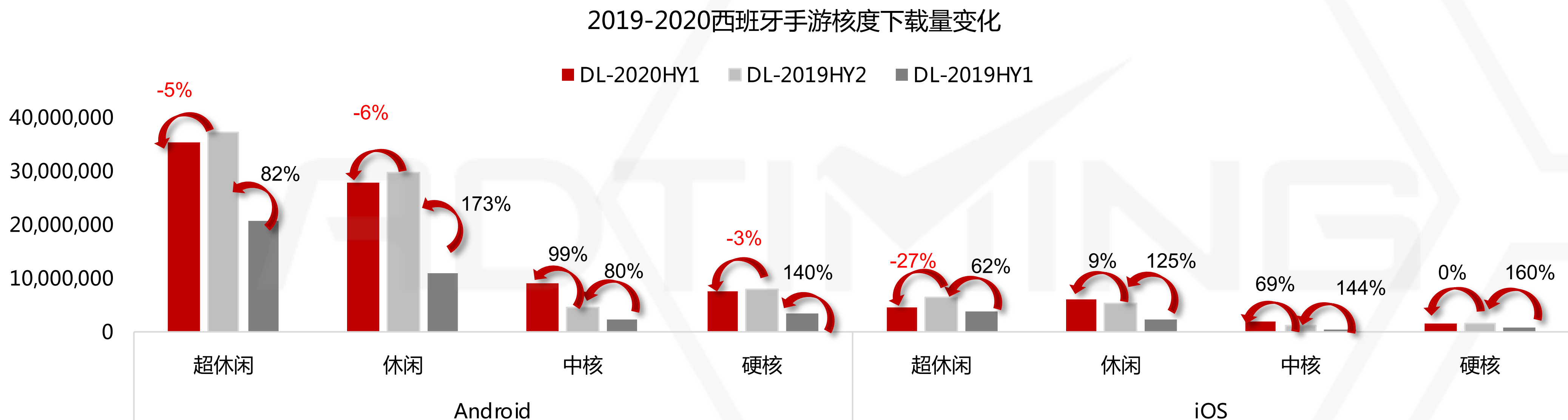


游戏营收：27亿美元

ADTIMING

中核游戏实现连续正增长；超休闲市场饱和，增势放缓

西班牙呈现以超休闲、休闲游戏为主导的市场形态。2020年上半年，仅中核游戏实现双平台的连续正增长（Android上行99%，iOS上行69%）。双平台的超休闲下载量环比均在缩水（Android下降5%，iOS下降27%），休闲游戏也面临类似的颓势（Android呈6%的环比下行，iOS环比上浮微小，仅9%）。说明超休闲、休闲游戏在西班牙正面临流量触顶，市场饱和的情况。

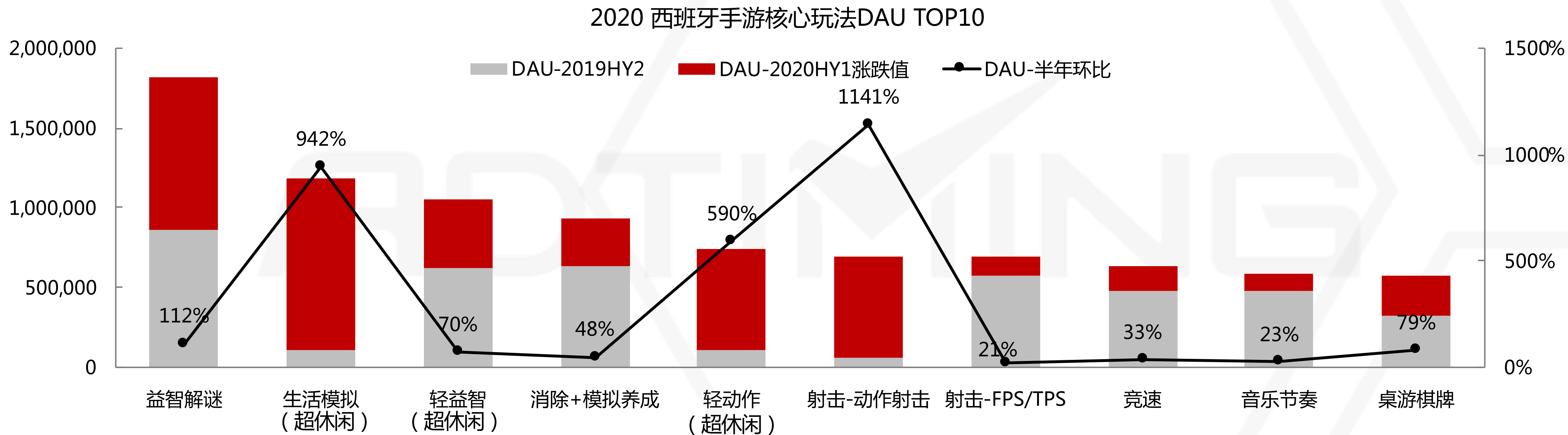


ADTIMING

益智解谜拥有西班牙最大流量池，超休闲类品类上榜数量可观，增长迅猛

BEST TIMING FOR ADS

2020年上半年，西班牙热门核心玩法用户体量皆实现正增长。其中，最火热的依旧是休闲核度下的益智解谜，在《Brain Out》、《Trivia Crack 2》等爆款的带动下环比增长112%；超休闲下的生活模拟，以《Woodturning》为代表的爆款持续推动这一品类增长（上行942%）；而轻益智（如经典游戏《Sand Balls》）、超休闲动作射击（如2019年底发布的《Johnny Trigger》）也是维持超休闲游戏流量池的重要助力，尤其是动作射击，实现环比增长1141%，是增速最快的品类。



ADTIMING

桌游棋占领榜单第一，持续火热；益智解谜新游增长迅猛；“模拟经营+”稳步向前

BEST TIMING FOR ADS

2017年发布的桌游棋牌类游戏《Parchisi STAR》在西班牙市场持续火热，在2020年上半年贡献了45万DAU，并保持环比（104%）、同比（99%）稳定增长。

新晋游戏《Brain Out》、《Brain Test》也成功闯入Top6。在以休闲、中核游戏为主导的DAU Top榜单中，“模拟经营+”俨然是一抹亮色——《Coin Master》、《Gardenscapes》等游戏均实现连续正增长。

Rank	DAU Top20-ESP	Publisher	Game Core	Gameplay	DAU-2020HY1	环比	同比
1	Parchisi STAR	Gameberry Labs	休闲	桌游棋牌	451.17K	104%	99%
2	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	443.61K	73%	209%
3	Brain Out	Focus apps	休闲	益智解谜	386.77K	454%	-
4	Coin Master	Moon Active	休闲	博彩+模拟养成	343.75K	12%	123%
5	Subway Surfers	SYBO Games	休闲	跑酷	290.11K	-7%	-5%
6	Brain Test	Unico Studio	休闲	益智解谜	286.41K	4954%	-
7	Roblox	Roblox Corporation	硬核	沙盒	285.06K	18%	30%
8	Hunter Assassin	Ruby Game Studio	休闲	射击-动作射击	283.38K	1217%	-
9	Trivia Crack 2	Etermax	休闲	益智解谜	257.66K	45%	-2%
10	Township	Playrix	休闲	模拟经营	256.16K	10%	65%
11	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	246.35K	-16%	5%
12	Brawl Stars	Supercell	中核	MOBA	245.58K	-28%	-57%
13	Fishdom	Playrix	中核	消除+模拟养成	243.43K	207%	401%
14	Call of Duty®	Activision Publishing	硬核	射击-FPS/TPS	231.05K	16%	-
15	Johnny Trigger	SayGames	超休闲	射击-动作射击	226.85K	2870%	-
16	Magic Tiles 3	AMANOTES	休闲	音乐节奏	223.24K	10%	9%
17	Sniper 3D	Fun Games For Free	硬核	射击-FPS/TPS	212.45K	55%	39%
18	Woodturning	Voodoo	超休闲	生活模拟	210.2K	-	-
19	Sand Balls	SayGames	超休闲	轻益智	203.92K	-42%	-
20	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	197.16K	27%	4%

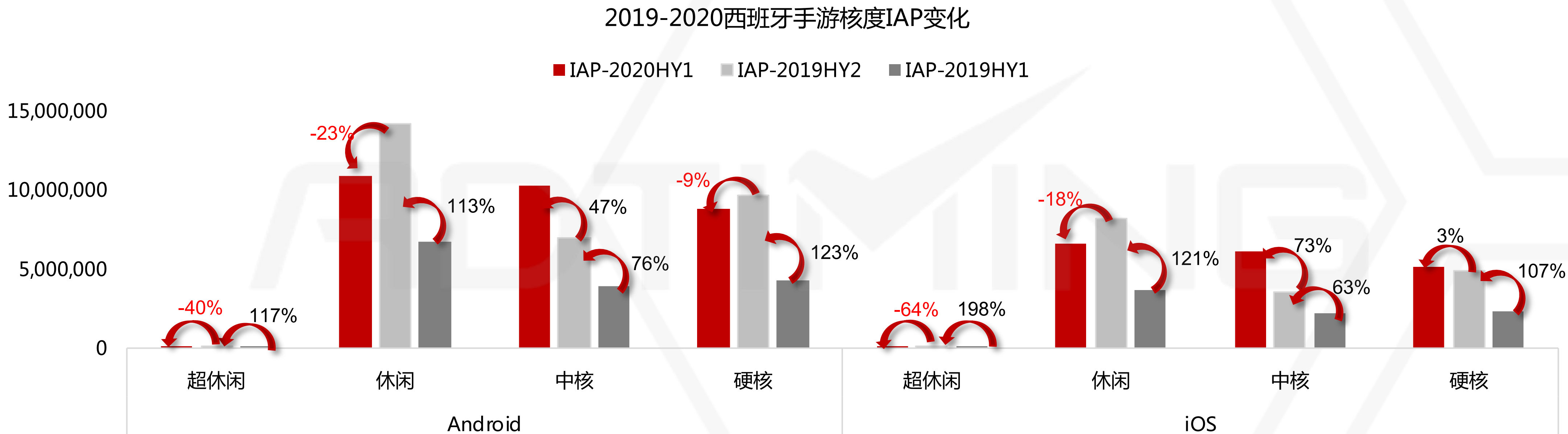
* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

中核游戏在双平台连续正增长；超休闲、休闲、硬核游戏增势不同程度放缓

休闲、中核、硬核游戏在西班牙表现出均衡的吸金能力。2020年上半年，Android平台各核度均实现了同比增长，但除了中核游戏实现连续增长外，其余核度游戏均呈现环比缩水状态（超休闲下跌40%；休闲下跌23%；硬核下跌9%）；再看iOS平台，各核度游戏都实现了同比正增长，但轻度游戏均处于环比缩水颓势（超休闲下跌64%；休闲下跌18%）。唯有中核游戏，在双平台都实现连续正增长（Android环比上行47%， iOS环比上行73%）。

BEST TIMING FOR ADS

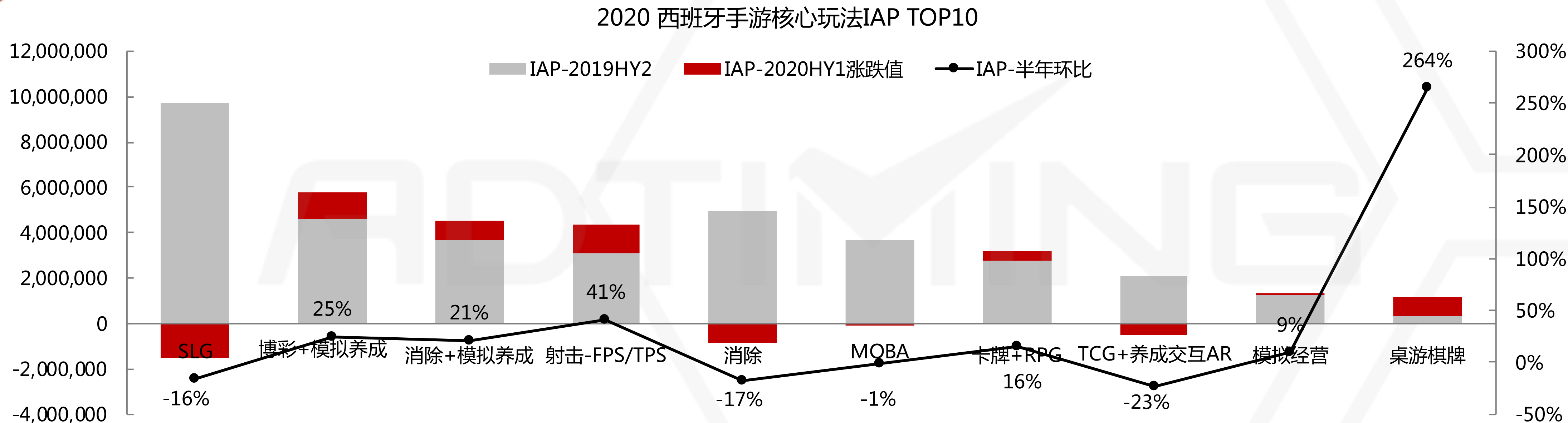


ADTIMING

“模拟养成+”玩法吸金能力稳步上升；SLG、消除、TCG+养成交互AR用户付费呈下跌态势

2020年上半年，SLG这一吸金之王IAP总量环比下行16%，营收下跌154万美金。在IAP Top10中，“模拟养成+”、“卡牌+”这类融合玩法IAP保持稳定增长（“博彩+模拟养成”在《Coin Master》的带动下跃居排名第二、“消除+模拟养成”则由《Gardenscapes》带动占据排名第三）。桌游棋牌在《Parchisi STAR》的推动下在2020年上半年实现IAP环比增长264%，跻身吸金品类Top10。反观IAP缩水的游戏，消除用户付费能力环比下跌17%（如《Candy Crush Saga》IAP持续下跌），而“TCG+养成交互AR”这一融合玩法（特指《Pokémon GO》）吸金能力环比减弱23%，归咎于单一的消除玩法热度减退、以及疫情期间玩家的出行受限。

BEST TIMING FOR ADS

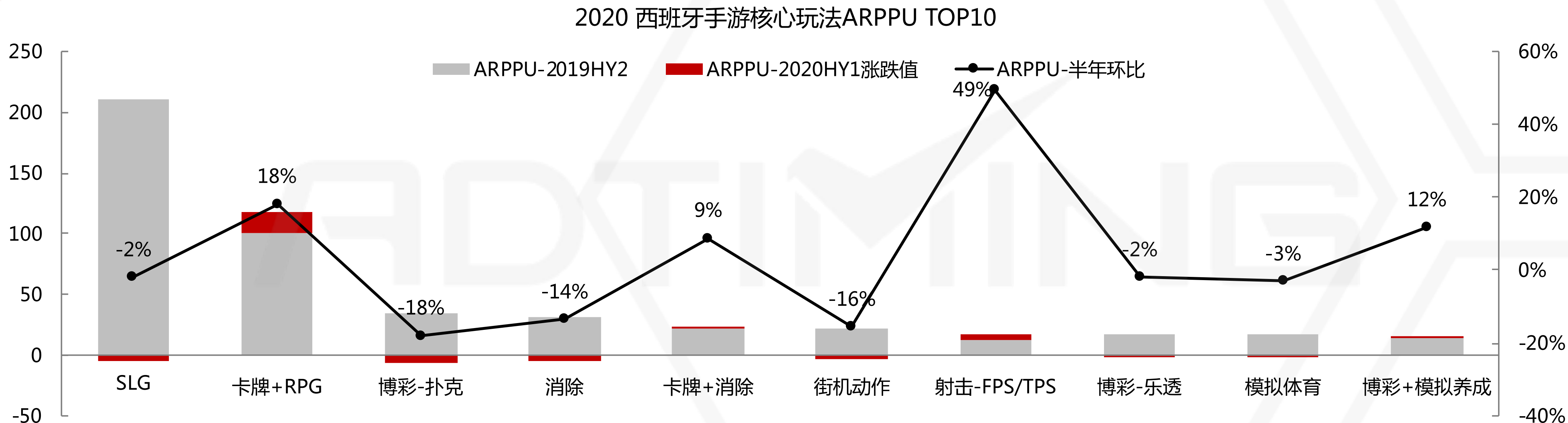


* 单位说明：IAP收入单位为美元（下同）

ADTIMING

SLG用户价值稳定保持第一，博彩及“卡牌+”ARPPU亮眼

2020年上半年，SLG、“卡牌+”融合玩法、“博彩+”融合玩法类游戏ARPPU表现值得特别关注。SLG作为西班牙用户价值最高的品类，在《Last Empire》、《King of Avalon》、《Guns of Glory》等头部游戏的支撑下，保持稳定发展（ARPPU环比仅下跌2%）。而“卡牌+RPG”（以《Saint Seiya Awakening》这一IP游戏为例）、“卡牌+消除”（如《Empires & Puzzles》）则分别增长18%和9%，表现亮眼。另外，博彩类游戏在西班牙市场一直拥有不错的ARPPU，不论是以《Loco Bingo》为例的博彩-乐透品类，还是以《Artrix Poker》为例的博彩-扑克，亦或是以《Coin Master》出名的博彩-模拟养成类游戏，在西班牙均跻身ARPPU Top10。



* 单位说明：ARPPU收入单位为美元（下同）

BEST TIMING FOR ADS
ADTIMING

SLG游戏应用内营收能力普遍下滑；桌游棋牌《Parchisi STAR》实现IAP最快增长

《Coin Master》吸金能力最强，且持续增长，2020年上半年共产生575万美金，环比增长25%、同比增长167%。

以Supercell《Clash Royale》、《Clash of Clans》为首的SLG游戏大部分处于连续缩水状态，反映出SLG游戏用户付费能力整体呈衰退趋势。

桌游棋牌品类下的《Parchisi STAR》实现IAP榜单内的最快增长，环比上浮299%。

Rank	IAP Top20-ESP	Publisher	Game Core	Gameplay	IAP-2020HY1	环比	同比
1	Coin Master	Moon Active	休闲	博彩+模拟养成	5.75M	25%	167%
2	Brawl Stars	Supercell	中核	MOBA	3.21M	-1%	-33%
3	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	2.98M	-13%	-17%
4	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	2.42M	64%	89%
5	Clash Royale	Supercell	中核	SLG	1.71M	-42%	-40%
6	Clash of Clans	Supercell	中核	SLG	1.7M	-9%	-16%
7	Pokémon GO	Niantic	中核	TCG+养成交互AR游戏	1.61M	-23%	-20%
8	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	1.58M	-16%	-9%
9	Lords Mobile	IGG	硬核	SLG	1.47M	-20%	-38%
10	Rise of Kingdoms	Lilith Games	硬核	SLG	1.38M	79%	71%
11	Call of Duty®	Activision Publishing	硬核	射击-FPS/TPS	1.34M	67%	-
12	Garena Free Fire	GARENA INTERNATIONAL	硬核	射击-FPS/TPS	1.29M	30%	49%
13	Parchisi STAR	Gameberry Labs	休闲	桌游棋牌	1.15M	299%	320%
14	PUBG MOBILE	Tencent Games	硬核	射击-FPS/TPS	1.1M	45%	57%
15	Loco Bingo	Playspace	休闲	博彩-乐透	1.1M	3%	8%
16	Empires & Puzzles	Small Giant Games	中核	卡牌+消除	1.05M	-2%	-6%
17	King of Avalon	Century Game	硬核	SLG	948.46K	0%	8%
18	Roblox	Roblox Corporation	硬核	沙盒	924.61K	20%	35%
19	DRAGON BALL Z DOKKAN BATTLE	BANDAI NAMCO	中核	卡牌+RPG	851.36K	-37%	-34%
20	State of Survival	KingsGroup Holdings	硬核	生存+SLG	847.77K	818%	-

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

中国（iOS）

01 或因疫情原因，玩家数量暴涨，休闲游戏为最大流量池；中核游戏DAU和IAP涨幅均产生巨大涨幅

02 “网赚+”游戏种类多，吸量能力强，益智解谜日活实现最快速增长

03 以《浮生为卿歌》为代表的新晋融合玩法“RPG+模拟养成”初具吸金潜力；MMORPG用户价值缩水





GDP：27.8万亿美元



人口：14.4亿



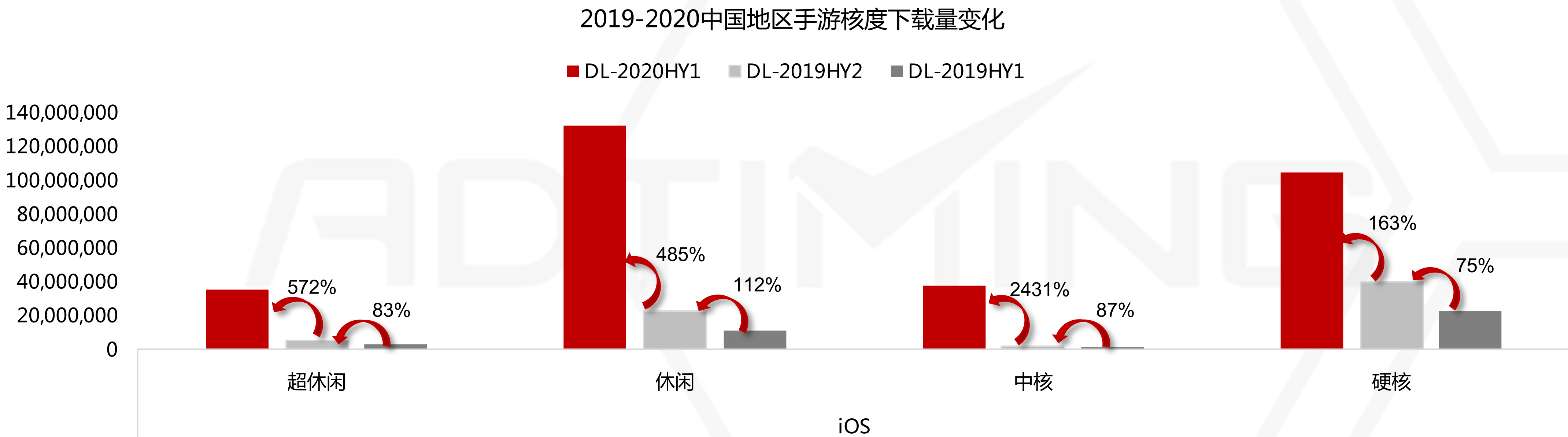
游戏营收：365亿美元

ADTIMING

或因疫情原因，游戏下载量呈爆发性增长，休闲游戏获客量最为强劲

BEST TIMING FOR ADS

中国iOS手游市场整体以休闲及硬核游戏为主。或因疫情居家隔离的关系，2020年上半年中国游戏玩家呈爆发性增长，并尤为集中在休闲游戏上。其中，较2019年下半年，休闲游戏产生了485%的下载量增长，超休闲也产生了572%的环比涨势。爆发最为猛烈的中核游戏以2431%的环比增长成为中国玩家新瞄准的游戏领域。

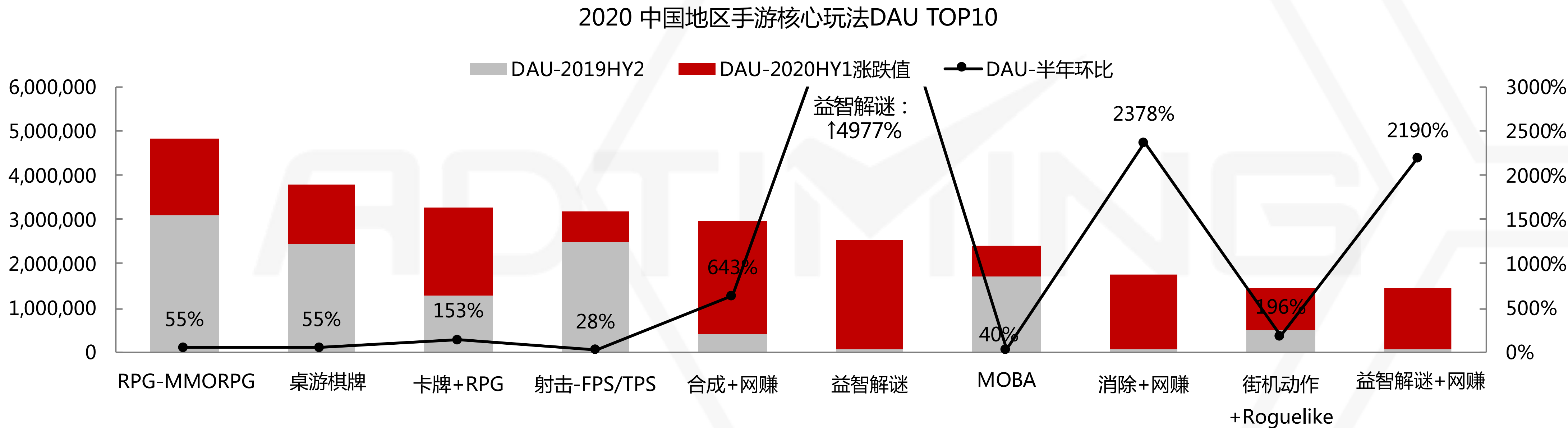


* 数据说明：由于中国市场上Android的数据渠道问题，本报中中国仅iOS数据有效，故仅代表iOS数据；中国iOS的占比仅为18%，环比下滑3%。

ADTIMING

益智解谜、“网赚+”日活用户增速迅猛，共同成就休闲游戏的井喷式增长

日活用户的头部品类RPG-MMORPG及桌游棋牌稳步获客，均环比上涨55%，其中RPG-MMORPG依然是中国玩家最偏好的品类。三种“网赚+”品类上榜，并均实现巨大幅度的增长，“消除+网赚”（代表游戏《爱上消消消》）和“益智解谜+网赚”（《疯狂猜成语》位居DAU榜单第8）都突破了2000%的环比增幅。此外，最快增速品类益智解谜以4977%的环比上行与“网赚+”共同成就休闲游戏的井喷式增长。



* 数据说明：由于中国市场上Android的数据渠道问题，本报中中国仅iOS数据有效，故仅代表iOS数据；中国iOS的占比仅为18%，环比下滑3%。

ADTIMING

两款网赚游戏同场竞技流量池，腾讯拿下DAUTop20榜单五个席位

BEST TIMING FOR ADS

腾讯旗下的五款游戏在角逐激烈的中国头部市场中拿下了活跃用户Top20的席位，同时还有四款跻身前十。

除了之前提到的几个爆款游戏外，还有几款休闲游戏的成绩也非常瞩目。生活模拟品类下的《宝剑大师》作为一款新游，迅速冲上DAU第17名的位置。同时，披着消除"外套"的网赚游戏《爱上消消消》同样获客力度强大，上线4个月不到的时间，活跃用户做到了一百多万。

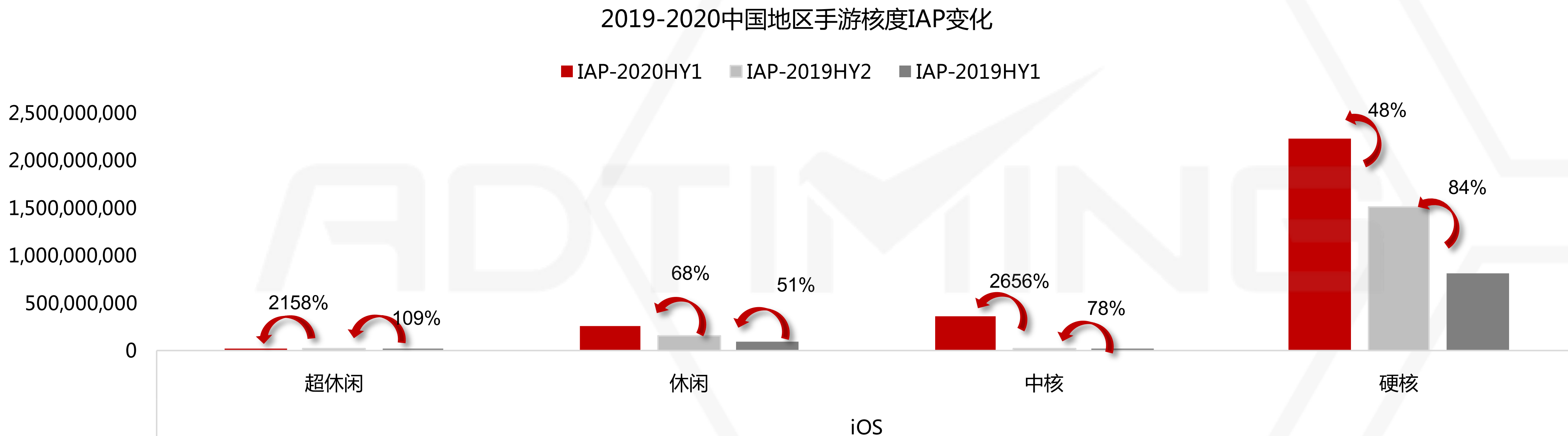
Rank	DAU Top20-CHN	Publisher	Game Core	Gameplay	DAU-2020HY1	环比	同比
1	阳光养猪场	上海脉芽网络科技有限公司	休闲	合成+网赚	2.32M	478%	-
2	王者荣耀	Tencent Mobile Games	硬核	MOBA	2.06M	20%	27%
3	和平精英	Tencent Mobile Games	硬核	射击-FPS/TPS	1.88M	15%	-46%
4	我功夫特牛	Ohayoo	休闲	街机动作+Roguelike	1.48M	196%	-
5	欢乐斗地主	Tencent Mobile Games	休闲	桌游棋牌	1.23M	2%	-1%
6	爱上消消消	Hongkong Vega	休闲	消除+网赚	1.18M	-	-
7	开心消消乐®	乐元素	休闲	消除	1.09M	13%	18%
8	疯狂猜成语	Qushui Mengyi Network	休闲	益智解谜+网赚	1.07M	11504%	9411%
9	腾讯欢乐麻将全集	Tencent Mobile Games	休闲	桌游棋牌	1.02M	39%	-3%
10	脑洞大师	kaixuan li	休闲	益智解谜	930.71K	7454%	-
11	植物大战僵尸2	PopCap	休闲	塔防	790.91K	32%	22%
12	剑与远征	上海莉莉丝网络	中核	卡牌+RPG+放置	789.11K	-	-
13	我的世界	网易移动游戏(MC)	硬核	沙盒	657.85K	32%	36%
14	浮生为卿歌	FriendTimes	中核	RPG+模拟养成	639.69K	371624%	-
15	QQ飞车	Tencent Mobile Games	休闲	竞速	636.72K	13%	5%
16	新笑傲江湖M	IWPLAY WORLD	硬核	RPG-MMORPG	625.49K	358%	-
17	宝剑大师	Ohayoo	超休闲	生活模拟	619.44K	-	-
18	贪吃蛇大作战	Wuhan Weipai Network	超休闲	io	614.62K	30%	33%
19	JJ斗地主	JJWorld(Beijing) Network	休闲	桌游棋牌	585.97K	138%	54%
20	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	571.71K	126%	85%

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用"-"表示。

ADTIMING

中核游戏成黑马，应用内营收迎来2656%井喷式增长

2020年上半年，虽然硬核游戏的活跃用户在增速上表现一般，但该类游戏的吸金能力还是毋庸置疑的，营收体量上比其它三类游戏的总和还要多，并较2019年下半年保持着48%的稳步增长。中核游戏依然是“黑马”，得益于下载量的火箭式上升，中核游戏的IAP迎来了高达2656%的巨大环比上升。



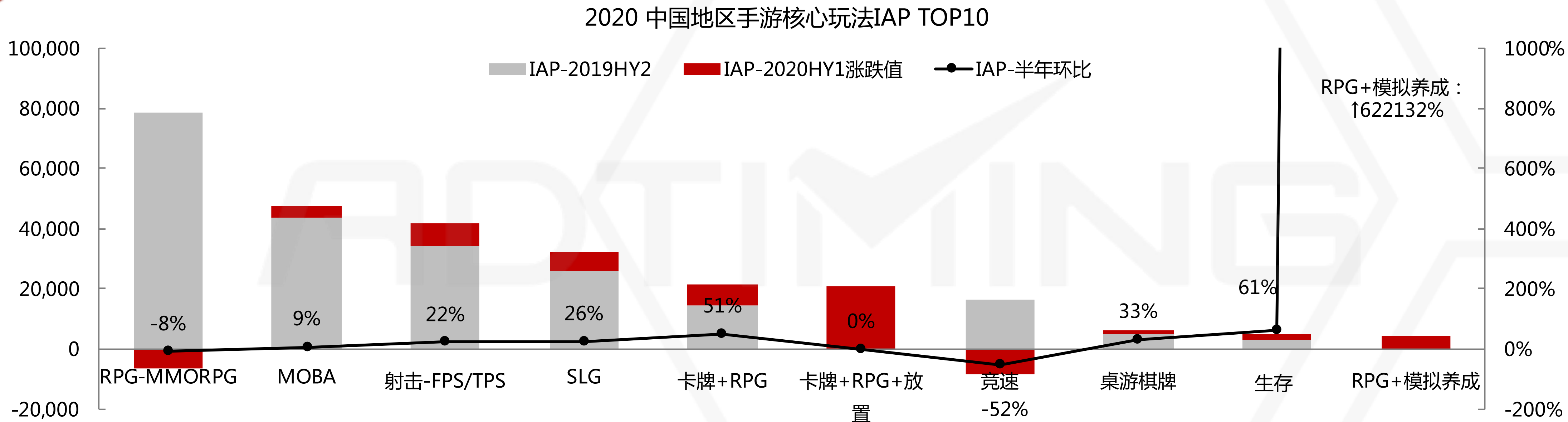
* 数据说明：由于中国市场上Android的数据渠道问题，本报中中国仅iOS数据有效，故仅代表iOS数据；中国iOS的占比仅为18%，环比下滑3%。

ADTIMING

新晋“RPG+模拟养成”及“卡牌+RPG+放置”品类均潜力无限

BEST TIMING FOR ADS

2020年上半年，即便“RPG+模拟养成”在Top10中体量较小，但IAP的高速环比增长体现了该品类的潜力无限，以《浮生为卿歌》为代表的中核游戏在近半年间受到追捧，喜爱这类女性向游戏的玩家付费能力可见一斑。RPG-MMORPG是硬核游戏中营收能力最强的品类，但这半年因营收能力略微下降，环比下跌8%。“卡牌+RPG+放置”作为新涌现的热门玩法，同样是以中核游戏为主，表现最突出的游戏当属莉莉丝出品的《剑与远征》，上线半年便满载2亿多的应用内收入，位居IAP榜单第四。



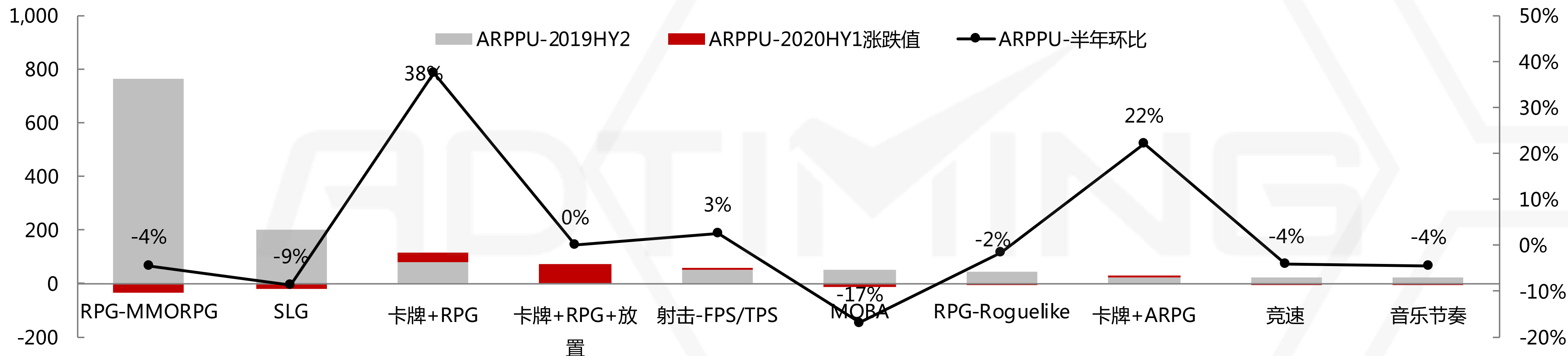
* 单位说明：IAP收入单位为美元（下同）

* 数据说明：由于中国市场上Android的数据渠道问题，本报中中国仅iOS数据有效，故仅代表iOS数据；中国iOS的占比仅为18%，环比下滑3%。

ADTIMING

RPG-MMORPG为ARPPU大头，融合卡牌元素的玩法单个用户价值走高

腾讯和网易善于深耕单个用户价值，ARPPU Top20中，腾讯旗下的游戏占据了7个名次，以RPG-MMORPG的《新剑侠情缘》名次最为靠前，位居第7。网易虽然只有5个游戏上榜，数量上少于腾讯，但RPG-MMORPG《梦幻西游》和《大话西游》分别拿下了Top1和Top3的席位。可以看出，虽然RPG-MMORPG品类下的ARPPU环比2019年下半年有4%的下浮，但它的单个用户价值依然最高。此外，有卡牌元素的融合玩法ARPPU增长显著，除新晋玩法“卡牌+RPG+放置”外，“卡牌+RPG”和“卡牌+ARPG”分别实现了环比38%和22%的增幅。



* 单位说明：ARPPU收入单位为美元（下同）
* 数据说明：由于中国市场上Android的数据渠道问题，本报中中国仅iOS数据有效，故仅代表iOS数据；中国iOS的占比仅为18%，环比下滑3%。

ADTIMING

网易旗下多款经典老牌游戏营收下滑，而旗下接棒新游实现快速增长

BEST TIMING FOR ADS

虽然单个用户价值稳步增长，但因游戏上线已接近4、5年，网易旗下的《梦幻西游》、《大话西游》、《阴阳师》在2020年上半年的IAP营收不论是环比还是同比都出现了不同程度的下滑。但其近年来推出的接棒游戏《梦幻西游三维版》在2020上半年产生了225%的环比增长。

此外，唯二两款上榜的休闲游戏都是老牌经典游戏，分别是竞速类的《QQ飞车》及消除类的《开心消消乐》。

Rank	IAP Top20-CHN	Publisher	Game Core	Gameplay	IAP-2020HY1	环比	同比
1	王者荣耀	Tencent Mobile Games	硬核	MOBA	452.38M	3%	-4%
2	和平精英	Tencent Mobile Games	硬核	射击-FPS/TPS	367.79M	18%	293%
3	梦幻西游	网易移动游戏	硬核	RPG-MMORPG	238.88M	-18%	-10%
4	剑与远征	上海莉莉丝网络	中核	卡牌+RPG+放置	210.88M	-	-
5	三国志·战略版	Lingxi Games	硬核	SLG	185.29M	97%	-
6	率土之滨	网易移动游戏	硬核	SLG	75.7M	16%	13%
7	新笑傲江湖M	IWPLAY WORLD	硬核	RPG-MMORPG	71.16M	548%	-
8	神武3	Guangzhou Duoyi Network	硬核	RPG-MMORPG	70.32M	33%	36%
9	阴阳师	网易移动游戏	硬核	卡牌+RPG	65.05M	-18%	-26%
10	大话西游	网易移动游戏	硬核	RPG-MMORPG	60.27M	-25%	-34%
11	QQ飞车	Tencent Mobile Games	休闲	竞速	54.68M	19%	-44%
12	穿越火线	Tencent Mobile Games	硬核	射击-FPS/TPS	51.24M	57%	17%
13	少年三国志2	Shanghai Youzu Information	硬核	卡牌+RPG	47.61M	264%	-
14	火影忍者	Tencent Mobile Games	硬核	卡牌+RPG	47.56M	21%	10%
15	浮生为卿歌	FriendTimes	中核	RPG+模拟养成	44.73M	622132%	-
16	倩女幽魂	NetEase	硬核	RPG-MMORPG	40.35M	-7%	-21%
17	梦幻西游三维版	网易移动游戏	硬核	RPG-MMORPG	40.16M	225%	-
18	开心消消乐®	乐元素	休闲	消除	38.24M	-6%	-22%
19	明日之后	LongE Play	硬核	生存	38.15M	75%	-34%
20	问道	雷霆游戏	硬核	RPG-MMORPG	32.07M	40%	4%

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

日本

01 超休闲与休闲游戏流量增速放缓，中核则实现801%（Android）的快速增长，且为营收最强核度，吸金能力增长迅速

02 “卡牌+RPG”登顶DAU Top1，消除元素的玩法热度稳定上升

03 “卡牌+RPG”为顶级吸金品类，但营收能力略下滑。因单个用户价值走高，SRPG实现环比营收最快增长





GDP：5.5万亿美元



人口：1.3亿

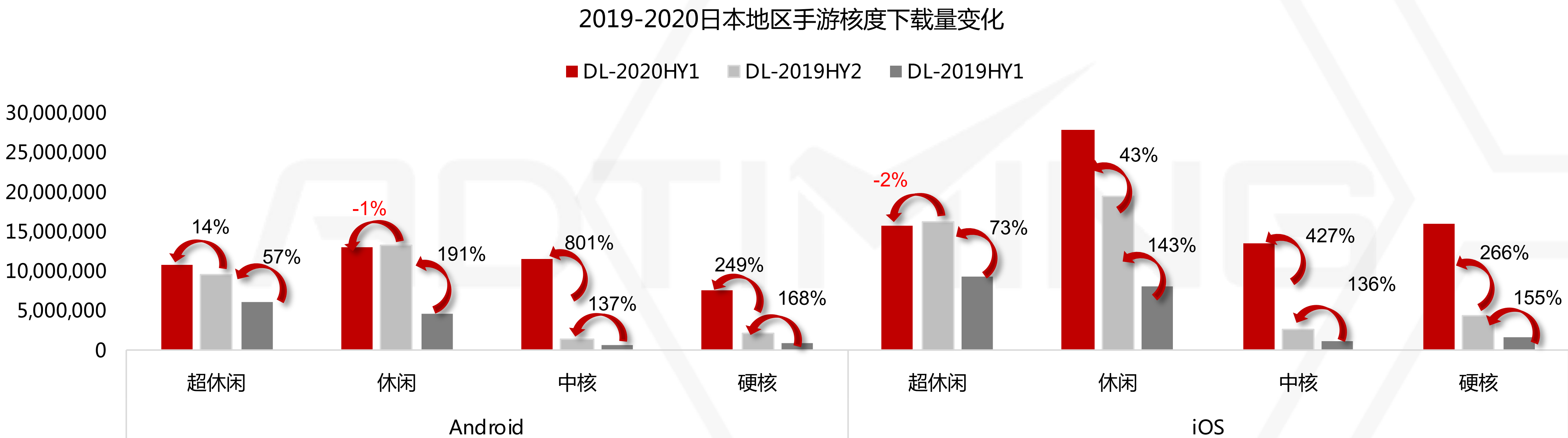


游戏营收：190亿美元

ADTIMING

超休闲、休闲游戏获客总量大但增速放缓，中核游戏实现最高流量增幅

2020年上半年，iOS平台休闲游戏获客力度最强，以43%的环比上行，但在Android平台有1%的轻微缩水。平台表现方面超休闲的趋势则相反，iOS平台环比缩水2%，Android则产生了14%的环比小幅增长。虽下载总量不能企及休闲，但中核和硬核环比幅度均在200%以上，中核游戏更是实现了全品类的最高流量增幅（Android平台801%及iOS平台427%的环比上涨），下载总量上在Android平台甚至超越了超休闲，紧逼休闲。



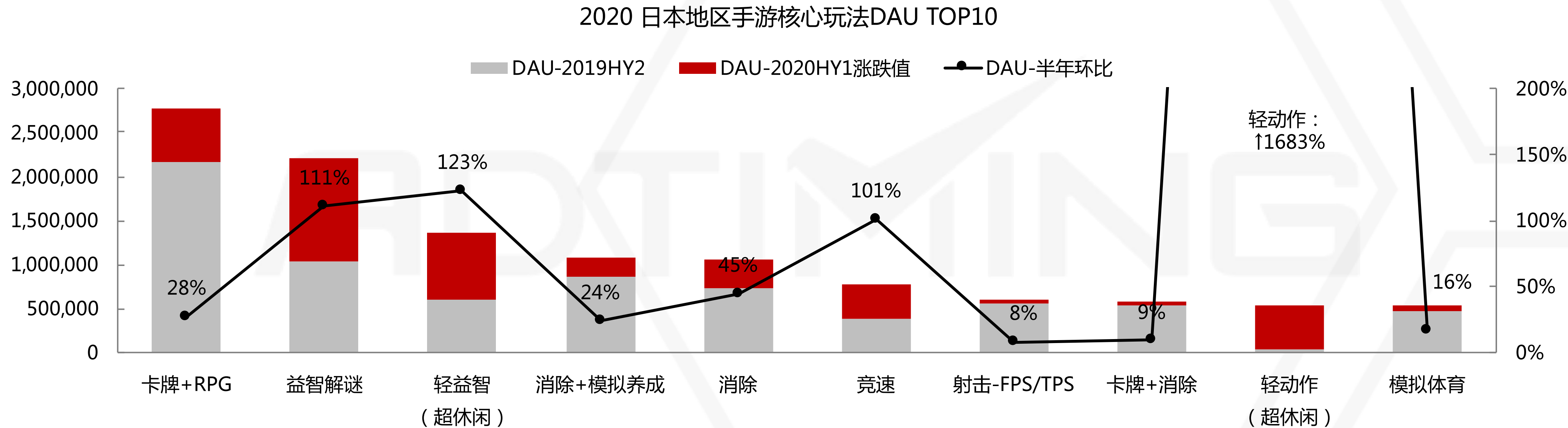
BEST TIMING FOR ADS

ADTIMING

国民玩法“卡牌+RPG”蝉联流量榜首，轻动作实现最快增长

BEST TIMING FOR ADS

日本的国民玩法“卡牌+RPG”依然稳坐首位，贡献最大流量，其次是休闲领域的益智解谜（代表游戏《Numpuz》）和超休闲领域的轻益智（《Rescue Cut》位居DAU榜单第5），DAU分别环比上浮111%及123%。而同属超休闲的轻动作则实现了1683%的最大环比增长，虽无游戏晋升DAU Top20榜，但有大量游戏汇聚在腰部，形成了一定的流量。三种带有消除元素的品类均跻身Top10品类，并呈稳步增长的趋势。



ADTIMING

带有消除玩法的轻中度游戏在日本受到热烈追捧

BEST TIMING FOR ADS

带有消除元素的游戏在日本十分受欢迎。

首先从传统消除来看，《Toon Blast》虽然是一款2017年上线的游戏，但热度不减，依然位居榜首并实现了DAU 36%的环比增长；中核游戏下，Playrix的三款“消除+模拟养成”游戏也都位居榜单Top10。

而两款源于本土的“卡牌+消除”游戏《LINE：ディズニー ツムツム》和《パズル＆ドラゴンズ》也实现了4%和13%的小幅度环比上浮。

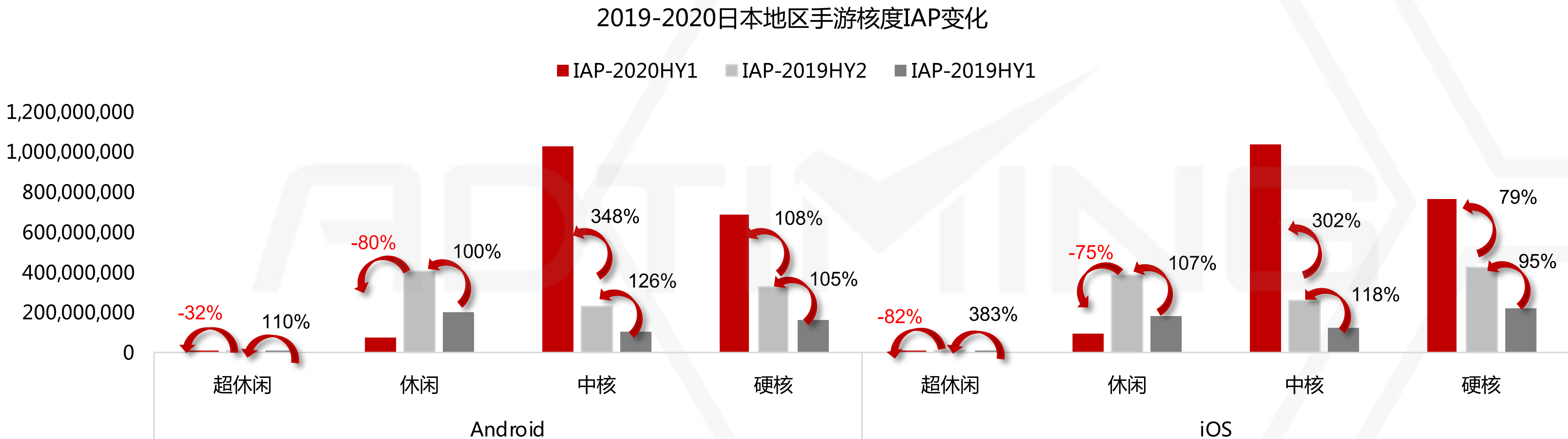
Rank	DAU Top20-JPN	Publisher	Game Core	Gameplay	DAU-2020HY1	环比	同比
1	Toon Blast	Peak	休闲	消除	624.33K	36%	440%
2	Push'em all	Voodoo	超休闲	轻动作	457.13K	1404%	-
3	Animal Crossing	Nintendo	休闲	模拟养成	415.55K	305%	326%
4	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	403.06K	29%	78%
5	Rescue Cut	F.I.L Games	超休闲	轻益智	363.59K	94%	-
6	LINE：ディズニー ツムツム	LINE Corporation	中核	卡牌+消除	352.95K	13%	-21%
7	モンスターストライク	XFLAG	中核	卡牌+RPG	346.34K	7%	22%
8	Fishdom	Playrix	中核	消除+模拟养成	323.53K	332%	349%
9	Mario Kart Tour	Nintendo	休闲	竞速	314.1K	4%	-
10	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	308.59K	-22%	-12%
11	Numpuz	DoPuz Games	休闲	益智解谜	280.89K	-15%	1267%
12	Magic Tiles 3	AMANOTES	休闲	音乐节奏	280.64K	19%	332%
13	プロ野球スピリッツA	KONAMI	中核	模拟体育	250.33K	17%	49%
14	Pokémon GO	Niantic	中核	TCG+养成交互AR游戏	248.55K	-29%	-5%
15	Brain Out	Focus apps	休闲	益智解谜	246.29K	171%	-
16	Brain Test	Unico Studio	休闲	益智解谜	245.51K	122357%	-
17	にゃんこ大戦争	PONOS Corporation	中核	卡牌+塔防	237.46K	-10%	-25%
18	Knives Out	NetEase	硬核	射击-FPS/TPS	232.98K	13%	-15%
19	パズル＆ドラゴンズ	GungHoOnlineEntertainment	中核	卡牌+消除	222.06K	4%	-44%
20	みんなで早押しクイズ	Takatoshi Kobayashi	休闲	益智解谜	217.41K	4%	13%

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

休闲游戏流量上行，营收转化却不尽人意

中核游戏在IAP方面的表现极为亮眼，在2020年上半年，不仅在双平台均有超300%的增长幅度，同时一举超越休闲及硬核游戏，成为了应用内购营收最高的品类，且在IAP Top20榜中占据榜单过半的席位。与之对比明显的是，休闲游戏玩家的付费能力锐减，虽然聚集了足够的流量池，但IAP转化能力大大降低，在Android和iOS平台分别出现80%和75%的环比下跌。从榜单中也可以看出，仅《LINE PokoPoko》一款休闲游戏在榜，且位居最末位。

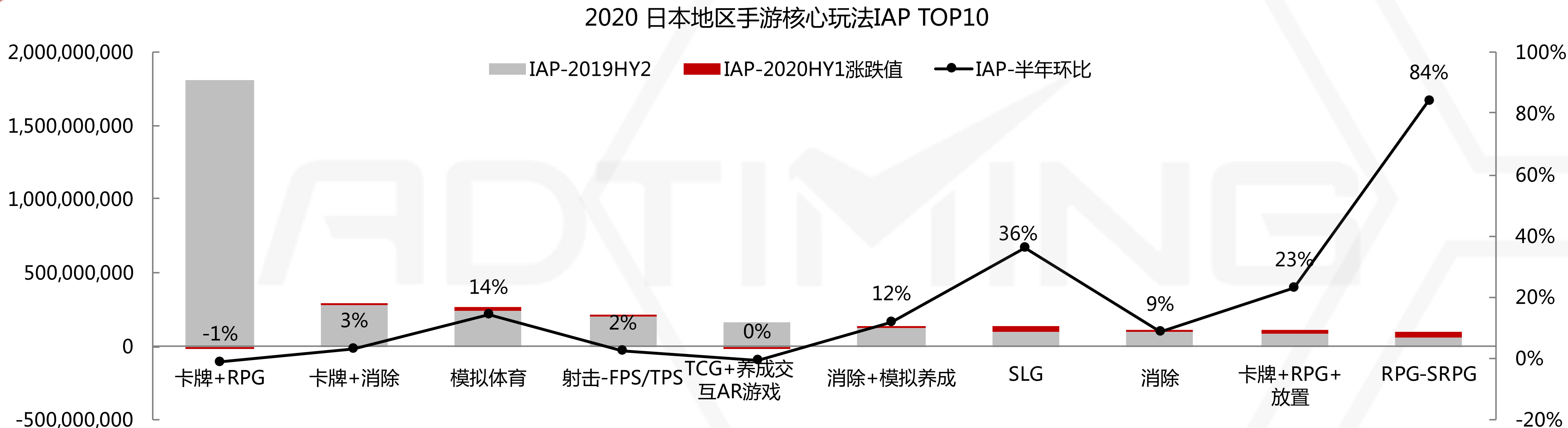


BEST TIMING FOR ADS
ADTIMING

同为“卡牌+RPG”，硬核游戏IAP表现欠佳，中核游戏IAP轻微上浮

“卡牌+RPG”的营收能力最强，且远超其它品类，但较2019年下半年出现了1%的轻微环比下滑。该品类下分为硬核和中核游戏，其中硬核游戏在这半年内大多变现不佳，IAP Top20榜中以《Fate/Grand Order》、《ロマンシング サガ リ·ユニバース》为例，出现了20%~35%不等的环比缩水。而诸如《モンスタ》、《ドラゴンクエストウォーク》等中核“卡牌+RPG”则实现了5%~10%的环比小幅度上升。总体来看，各品类IAP波动不大，仅RPG-SRPG成绩较为突出，产生了84%的环比增长（代表游戏《FFBE幻影戦争》）。

BEST TIMING FOR ADS

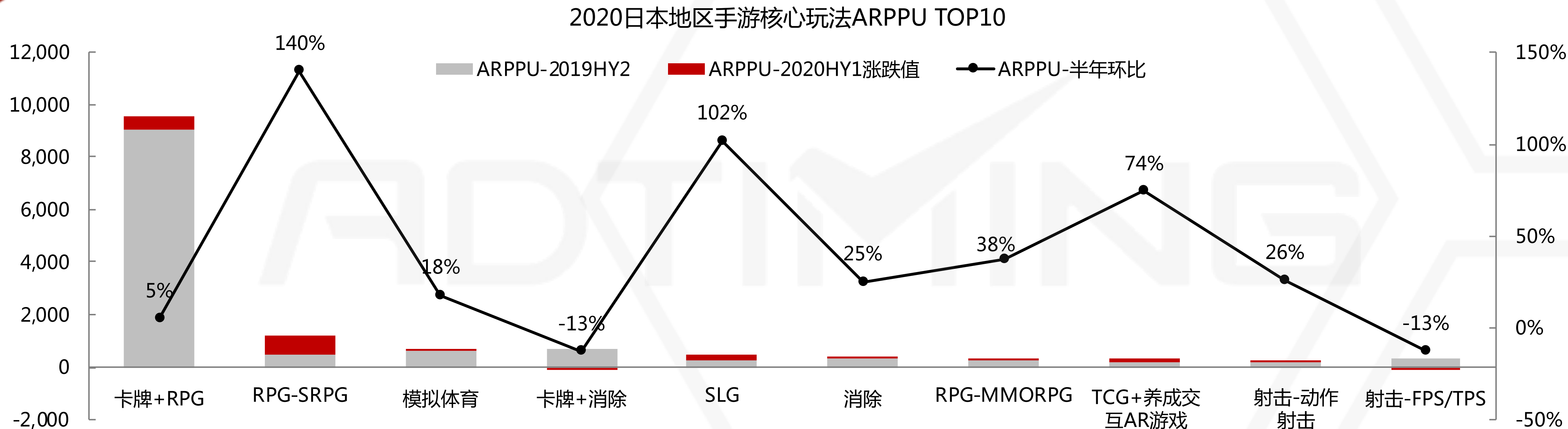


* 单位说明：IAP收入单位为美元（下同）

ADTIMING

"卡牌+RPG"吸金能力顶级，单个用户价值遥遥领先

"卡牌+RPG"游戏的单个用户价值最高，在2020年上半年产生了5%的轻微增长。ARPPU Top20排行榜里，该品类游戏就占据了12个席位之多，以《戦国炎舞》位居榜首。其次，RPG-SRPG（代表游戏《FFBE幻影戦争》位居榜单第五）和SLG（以《黑道风云》为例）的上升空间最大，分别达到了1002%和69%之多。Top20榜单中也不乏中核游戏，除"卡牌+RPG"品类外，还有诸如《パズル＆ドラゴンズ》的"卡牌+消除"游戏，或以《プロ野球スピリッツＡ》为代表的模拟体育品类。纵观日本市场，"卡牌+RPG"近半年来虽数值波动不大，但依然是顶级吸金、高流量汇集的品类。



* 单位说明：ARPPU收入单位为美元（下同）

ADTIMING

“卡牌+RPG+放置”融合玩家同样付费能力强，《Pokémon GO》在“大本营”相对受疫情影响较小

BEST TIMING FOR ADS

除之前提到的游戏外，《放置少女》在表现非常抢眼的“卡牌+RPG”玩法的基础上融合了放置元素，以23%的环比增长跻身IAP榜单第9。

“TCG+养成交互AR”游戏《Pokémon GO》虽然营收能力在欧美国家因居家令受到影响并缩水，但在其大本营日本，2020年上半年的IAP无增无减。

Rank	IAP Top20-JPN	Publisher	Game Core	Gameplay	IAP-2020HY1	环比	同比
1	モンスタ	XFLAG	中核	卡牌+RPG	357.91M	5%	20%
2	Fate/Grand Order	Komoe	硬核	卡牌+RPG	251.04M	-20%	-25%
3	ドラゴンクエストウォーク	SQUARE ENIX	中核	卡牌+RPG	226.98M	8%	-
4	パズル＆ドラゴンズ	GungHoOnlineEntertainment	中核	卡牌+消除	193.45M	2%	-25%
5	Knives Out	NetEase	硬核	射击-FPS/TPS	160.64M	0%	-6%
6	Pokémon GO	Niantic	中核	TCG+养成交互AR游戏	159.56M	0%	20%
7	プロ野球スピリッツA	KONAMI	中核	模拟体育	154.16M	22%	47%
8	ドラゴンボールZ ドッカンバトル	BANDAI NAMCO Entertainment	中核	卡牌+RPG	123.4M	10%	-26%
9	放置少女	C4games	中核	卡牌+RPG+放置	106.08M	23%	64%
10	プリンセスコネクト！Re:Dive	Cygames	硬核	卡牌+RPG	106.03M	10%	65%
11	Mafia City	YottaGames	硬核	SLG	100.11M	5%	12%
12	LINE：ディズニー ツムツム	LINE Corporation	中核	卡牌+消除	91.75M	6%	-28%
13	FFBE幻影戦争	SQUARE ENIX	硬核	RPG-SRPG	78.65M	151%	-
14	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	71.09M	42%	128%
15	グランブルーファンタジー	mobage	硬核	卡牌+RPG	70.04M	-15%	-49%
16	アイドルマスター シンデレラガールズ スターライトステージ	BANDAI NAMCO Entertainment	中核	卡牌+RPG	62.13M	-26%	-10%
17	ロマンシング サガ リ·ユニバース	SQUARE ENIX	硬核	卡牌+RPG	59.28M	-35%	-43%
18	実況パワフルプロ野球	KONAMI	中核	模拟体育	57.13M	-30%	-33%
19	アークナイツ	Yostar	硬核	卡牌+塔防	56M	-	-
20	LINE PokoPoko	LINE Corporation	休闲	消除	53.15M	-17%	-23%

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

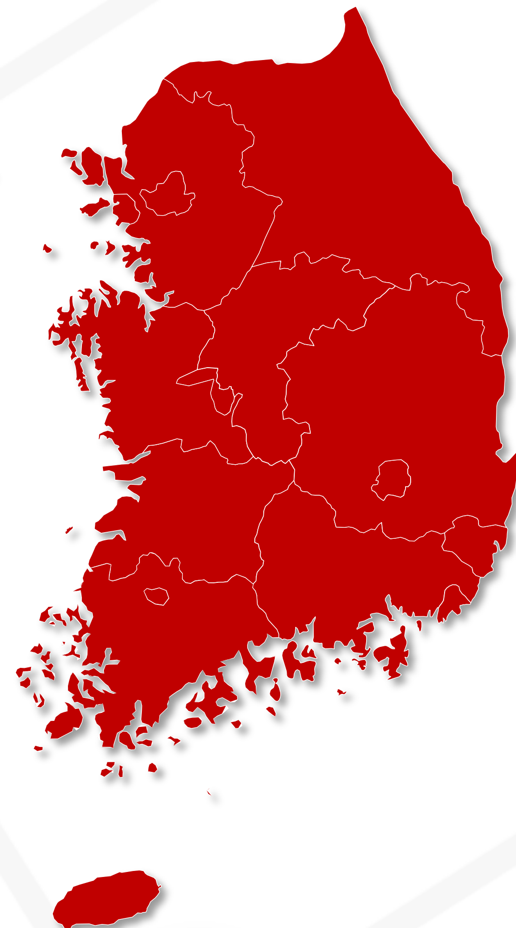
ADTIMING

韩国

01 超休闲游戏下载量涨势放缓并被休闲游戏超越；中核游戏涨幅力度大

02 生活模拟、轻益智、轻动作玩法成新晋“网红”；益智解谜贡献最多休闲玩家

03 《剑与远征》及《KartRider Rush+》带动“卡牌+RPG+放置”及竞速品类营收井喷式增长





GDP：2.3万亿美元



人口：5.1千万

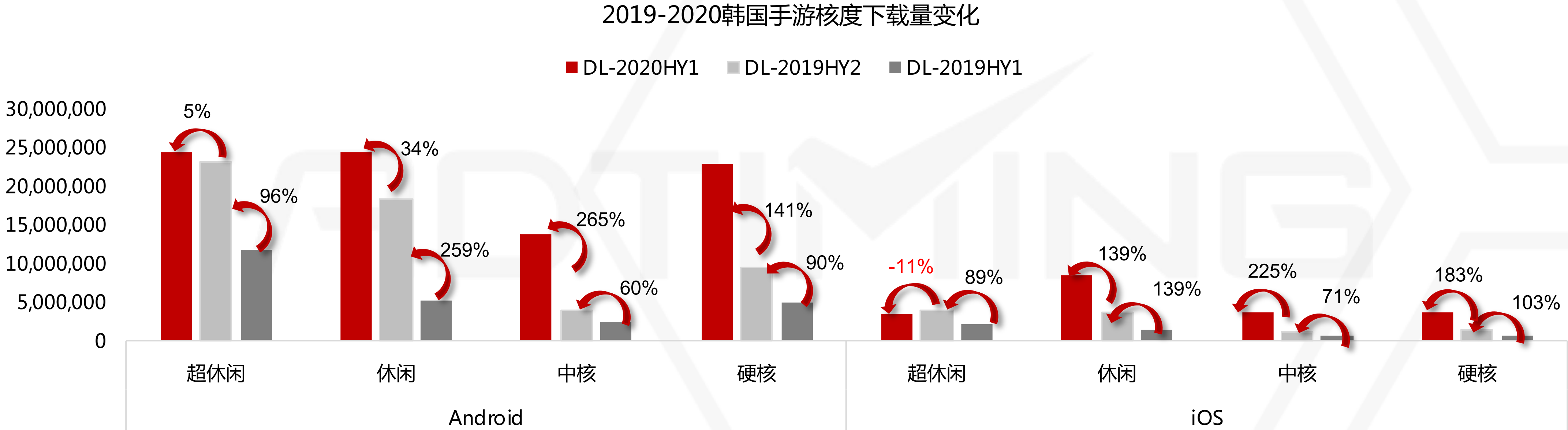


游戏营收：62亿美元

ADTIMING

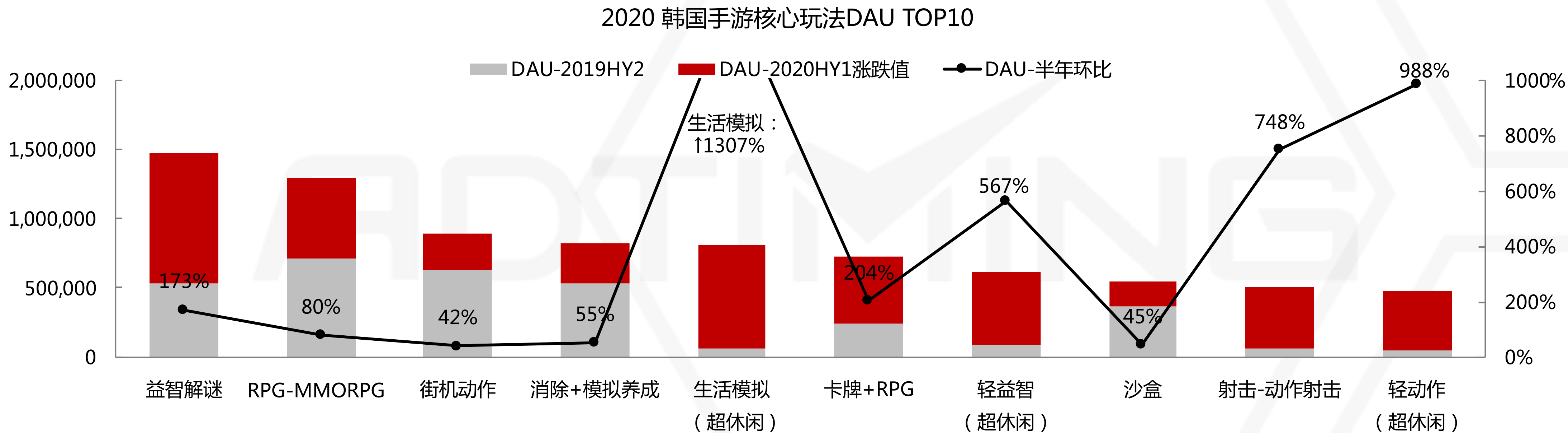
流量集中Android平台；超休闲获客力度减弱；休闲奋起直追

因玩家偏好本土出产的三星手机，韩国大部分流量都集中在Android平台。超休闲游戏下载量增速放缓，Android平台仅产生5%的环比小幅增长，iOS平台环比下浮11%。而休闲游戏在超休闲疲软之时奋起直追，分别在Android和iOS平台以34%及139%的环比稳定上升成为获客力度最强大的品类。中核游戏则在增幅上更胜一筹（在双平台实现了超200%的环比增长）。



益智解谜和街机动作领跑休闲游戏的热度上涨；生活模拟、轻益智和轻动作成“新起之秀”

休闲游戏流量的攀升部分得益于益智解谜（环比173%增长）和街机动作（环比42%增长）品类的热度上涨。例如益智解谜品类下的《Brain Out》以70%的环比上涨冲上DAU榜首，街机动作中的《Cookie Run》和《Infinite Stairs》也跻身DAU Top10。超休闲领域的两个新起之秀分别是生活模拟，轻益智和轻动作（均实现500%以上的环比上涨）。虽然三者都未有游戏跻身DAU头部榜单，但仍有大量超休闲游戏汇聚在腰部，构建起了庞大的流量池。



BEST TIMING FOR ADS
ADTIMING

创意游戏《Random Dice》以休闲塔防玩法跻身Top10，“消除+模拟养成”表现优异

BEST TIMING FOR ADS

中核领域中，“消除+模拟养成”的游戏表现较为优异，一款《Gardenscapes》拿下了DAU Top2的好成绩，另一款《Fishdom》实现了187%的环比增幅。而在韩上线不久的出海游戏《剑与远征》，作为一款中核游戏也收获了不菲的日活用户。

此外，《Random Dice》是一款令人耳目一新的产品。虽为塔防玩法，但属于休闲游戏。用极简的画风和极具创意性的随机玩法斩获了505%DAU的环比快速增长。

Rank	DAU Top20-KOR	Publisher	Game Core	Gameplay	DAU-2020HY1	环比	同比
1	Brain Out	Focus apps	休闲	益智解谜	405.93K	70%	-
2	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	387.11K	74%	201%
3	Infinite Stairs	NFLY STUDIO	休闲	街机动作	379.68K	21%	106%
4	Roblox	Roblox	硬核	沙盒	332.02K	34%	41%
5	Rummikub	Kinkajoo	休闲	桌游棋牌	252.54K	-6%	108%
6	Brawl Stars	Supercell	中核	MOBA	251.88K	-32%	-51%
7	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	242.05K	0%	45%
8	Cookie Run	Devsisters	休闲	街机动作	237.11K	61%	81%
9	PUBG MOBILE	PUBG	硬核	射击-FPS/TPS	230.69K	26%	-4%
10	Random Dice	111%	休闲	塔防	228.11K	505%	-
11	AFK 아레나	Lilith Games	中核	卡牌+RPG+放置	203.02K	-	-
12	Fishdom	Playrix	中核	消除+模拟养成	200.14K	187%	343%
13	Draw Climber	Voodoo	超休闲	竞速	182.36K	-	-
14	Minecraft Trial	Mojang	硬核	沙盒	180.53K	42%	3%
15	좀비 고등학교	AWESOMEPIECE	硬核	生存	179.57K	23%	25%
16	Johnny Trigger	SayGames	超休闲	射击-动作射击	163.62K	3344%	-
17	Tiles Hop	AMANOTES	超休闲	音乐节奏	163.52K	79%	-12%
18	모두의마블	Netmarble	休闲	桌游棋牌	160.71K	-5%	-2%
19	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	157.91K	85%	21%
20	워드퍼즐	Kerun Games	休闲	益智解谜	154.33K	81%	-

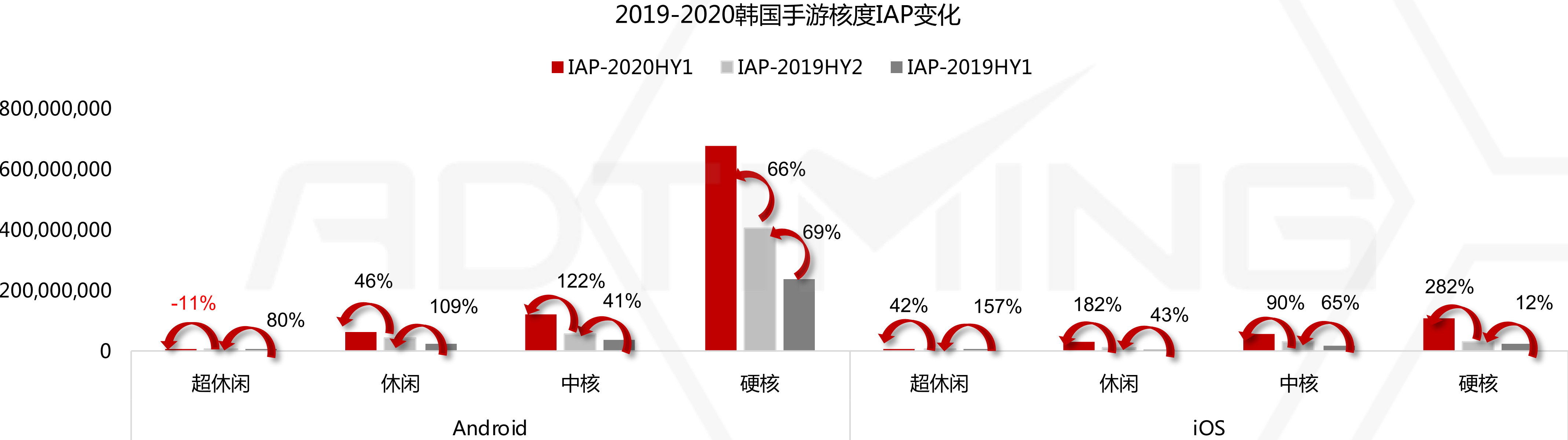
* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

硬核玩家贡献大部分应用内购营收；中核游戏的IAP总额随流量池扩大而增长

BEST TIMING FOR ADS

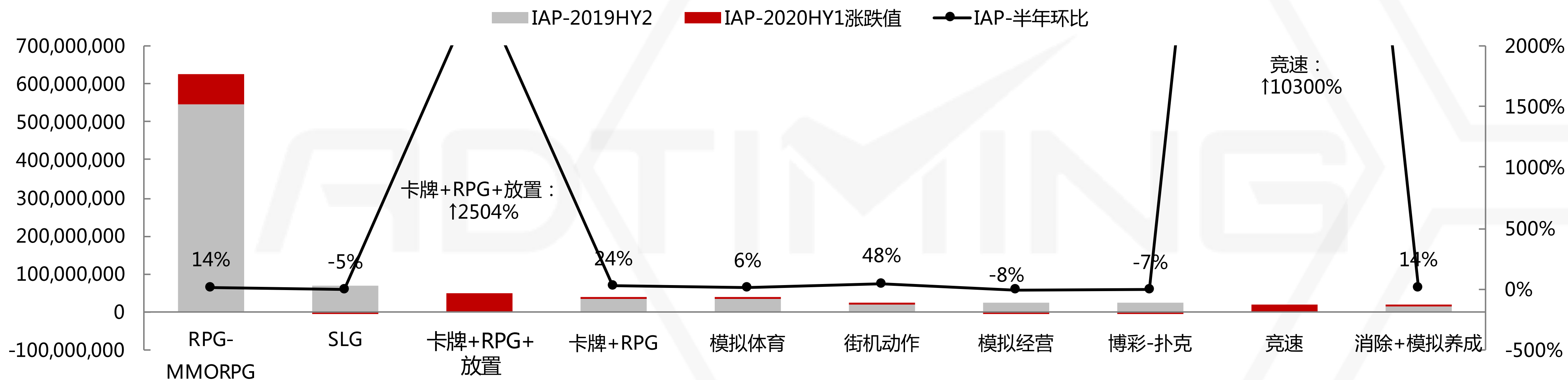
2020年上半年，Android平台的硬核玩家贡献了韩国手游市场绝大部分的应用内购收入，与2019年下半年相比，产生了66%的环比稳定增长。虽然从体量上来看，中核玩家的付费能力是弱于硬核玩家的，但源于下载量的增长，中核游戏的IAP分别在Android和iOS平台的环比增幅达到了122%和90%。iOS平台的休闲玩家在这半年期间付费能力也见长，实现了182%的环比快速上升。



ADTIMING

RPG-MMORPG为最强吸金品类；新游带动“卡牌+RPG+放置”及竞速品类的营收暴涨

两款半年内新上线游戏的爆火带动了两个品类营收的井喷式暴涨。一款是中核游戏的《剑与远征》，上线不到半年便狂揽4900万营收，攀上IAP榜单Top4的高位，并凭一己之力带动“卡牌+RPG+放置”品类创下了2504%环比巨幅增长的成绩。而2020年4月新上线的休闲游戏《跑跑卡丁车+》也接棒老版游戏，成为竞速品类下的“顶梁柱”，并产生了10300%的环比增幅。此外，RPG-MMORPG依然是最吸金的品类（国民游戏《天堂2M》位居IAP榜单第一），增长势头稳定，较2019年下半年有14%的稳定增长。



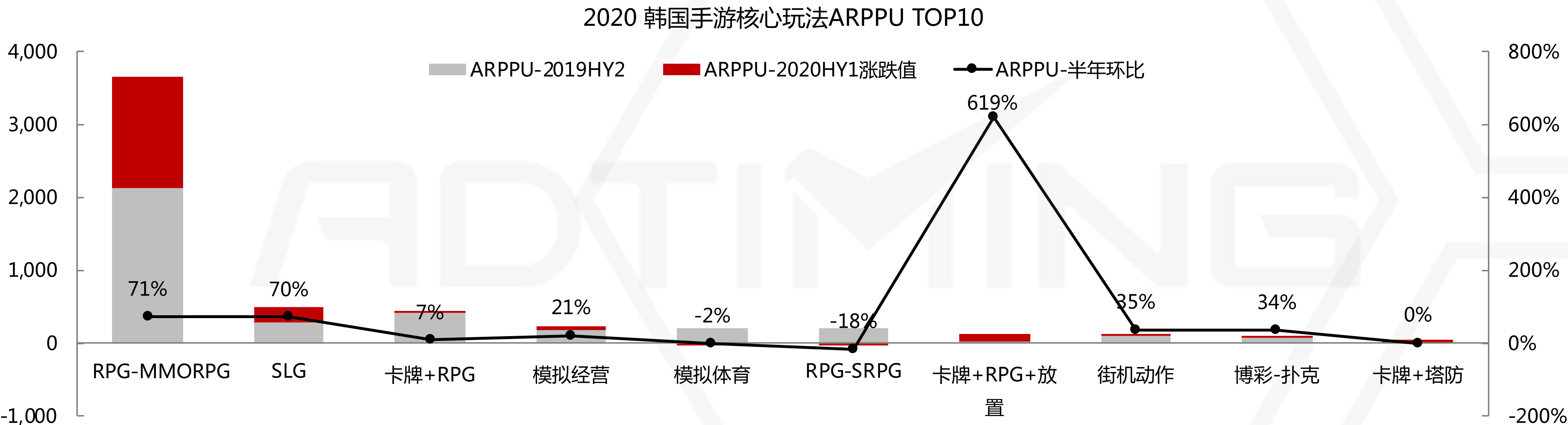
* 单位说明：IAP收入单位为美元（下同）

ADTIMING

新游擅长挖掘单个用户价值，引领RPG-MMORPG的ARPPU上行

因新游《剑与远征》善于挖掘用户价值，助力“卡牌+RPG+放置”品类单个用户价值走高，并产生619%的环比增长。2020年上半年，RPG-MMORPG的ARPPU在已然是最高的情况下再次向上突破，实现了71%的环比上浮，得益于诸如《天堂2M》（环比增长2307%）《奇迹之剑》（环比增长22386%）等上线一年不到的头部手游ARPPU的巨大提升。但模拟体育、RPG-SRPG的用户价值有所缩水，分别环比下滑2%及18%。

BEST TIMING FOR ADS



* 单位说明：ARPPU收入单位为美元（下同）

ADTIMING

出海玩家成绩卓越，新游登陆韩国市场便展现强大吸金能力

BEST TIMING FOR ADS

吸金能力紧随韩国Top2国民游戏《天堂》系列之后的就是出海厂商莉莉丝出品的《Rise of Kingdoms》及《剑与远征》。

另外两个出海玩家4399及悠星也分别以两款硬核游戏《奇迹之剑》及《明日方舟》冲入IAP榜单Top20内。

休闲塔防游戏《Random Dice》吸量强势，玩家付费能力同样强劲，拿下了榜单内环比最大幅的上涨，达到803%之高。

Rank	IAP Top20-KOR	Publisher	Game Core	Gameplay	IAP-2020HY1	环比	同比
1	리니지2M	NCSOFT	硬核	RPG-MMORPG	291.56M	425%	-
2	리니지M(12)	NCSOFT	硬核	RPG-MMORPG	85.88M	-67%	-70%
3	라이즈 오브 킹덤즈	Lilith Games	硬核	SLG	54.18M	-8%	-
4	AFK 아레나	Lilith Games	中核	卡牌+RPG+放置	49.03M	-	-
5	V4	NEXON	硬核	RPG-MMORPG	40.38M	91%	-
6	기적의 검	4399 KOREA	硬核	RPG-MMORPG	33.53M	62%	-
7	블레이드&소울 레볼루션	Netmarble	硬核	RPG-MMORPG	27.35M	-34%	-73%
8	리니지2 레볼루션	Netmarble	硬核	RPG-MMORPG	22.36M	-52%	-48%
9	FIFA ONLINE 4 M by EA SPORTS™	NEXON	中核	模拟体育	22M	-10%	-23%
10	A3: 스틸얼라이브	Netmarble	硬核	RPG-MMORPG	21.06M	-	-
11	리니지M	NCSOFT	硬核	RPG-MMORPG	19.37M	81%	-
12	KartRider Rush+	NEXON	休闲	竞速	19M	-	-
13	Random Dice	111%	休闲	塔防	17.82M	803%	-
14	Brawl Stars	Supercell	中核	MOBA	14.3M	-41%	-62%
15	메이플스토리M	NEXON	中核	街机动作	13.19M	20%	91%
16	明日方舟	Yostar	硬核	卡牌+塔防	12.85M	-	-
17	검은사막 모바일	PEARL ABYSS	硬核	RPG-MMORPG	12.82M	-50%	-77%
18	Pmang Poker	NEOWIZ	休闲	博彩-扑克	12.13M	-17%	-23%
19	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	10.82M	73%	92%
20	Empires & Puzzles	Small Giant Games	中核	卡牌+消除	10.26M	52%	1246%

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

2020上半年手游发展——T2地区

Chapter 6

T2重点提要：休闲玩家为最大流量池，中核游戏在部分地区表现突出，硬核游戏流量平稳上升



用户体量：

1. T2地区都是以超休闲及休闲手游为主导的游戏市场，这两个核度在大部分地区的环比和同比涨幅都较为可观，且休闲领域汇集最多流量。超休闲及休闲分别以生活模拟（以《Woodturning》为例）、益智解谜（如：《Brain Out》和《Words of Wonders》）为代表，实现大幅度跃升。
2. 中核游戏在台湾地区表现突出，整体用户体量（Android平台下载量环比上涨488%，iOS平台下载量环比上涨648%）涨势显著（以《Gardenscapes》为代表）。沙特地区的中核玩家发展态势同样优秀，在双平台均有突破300%的环比增长。
3. 硬核游戏在T2地区表现尚可，大部分属于平稳上升，仅部分地区有下降趋势（SLG在俄罗斯和沙特2020年上半年获客略有疲势）。
4. 腾讯的射击-FPS/TPS类游戏《PUBG MOBILE》的用户体量十分可观，作为硬核游戏在俄罗斯、沙特和台湾地区的DAU Top20榜上有名。

ADTIMING

T2重点提要：超休闲玩家付费能力日益见长；中硬核游戏依旧为营收主力

付费能力：



1. T2地区的超休闲和中核游戏营收能力大幅度增长，以芬兰和台湾地区为例，前者超休闲游戏的IAP营收在Android平台实现环比163%的增长、在iOS平台实现环比424%的增长；后者中核游戏的IAP营收在Android平台实现环比164%的增长、在iOS平台实现环比407%的增长。中核MOBA游戏代表作《Brawl Stars》在T2多地区登上IAP Top20榜单。
2. 从营收绝对值来看，T2地区吸金能力最强的依旧是中、硬核游戏，如SLG、MMORPG均为吸金常青品类且拥有较高的ARPPU值，但是SLG游戏营收在部分T2地区下降趋势明显（如莉莉丝的《Rise of Kingdoms》在台湾地区IAP环比下跌34%，在芬兰IAP环比下降30%）。
3. 与之对应的是“卡牌+”类游戏，此类游戏在T2地区实现了IAP和ARPPU的同步进阶，以“卡牌+消除”游戏《Empires & Puzzles》为代表，其在俄罗斯、沙特和芬兰均登上IAP Top20榜单。

ADTIMING

俄罗斯

01 以超休闲和休闲为主导的市场，中核实现最大增幅；休闲游戏流量涨势见颓，且营收不增反减，缩水严重

02 生活模拟和动作射击DAU环比增速破百分之千，SLG和跑酷或因头部游戏老化，活跃用户数有所下滑

03 带有消除元素的多个品类IAP营收均出现不同程度的下滑。SLG最为吸金，但因用户缩水，总营收额受到不小的影响





GDP：4.2万亿美元



人口：1.5亿

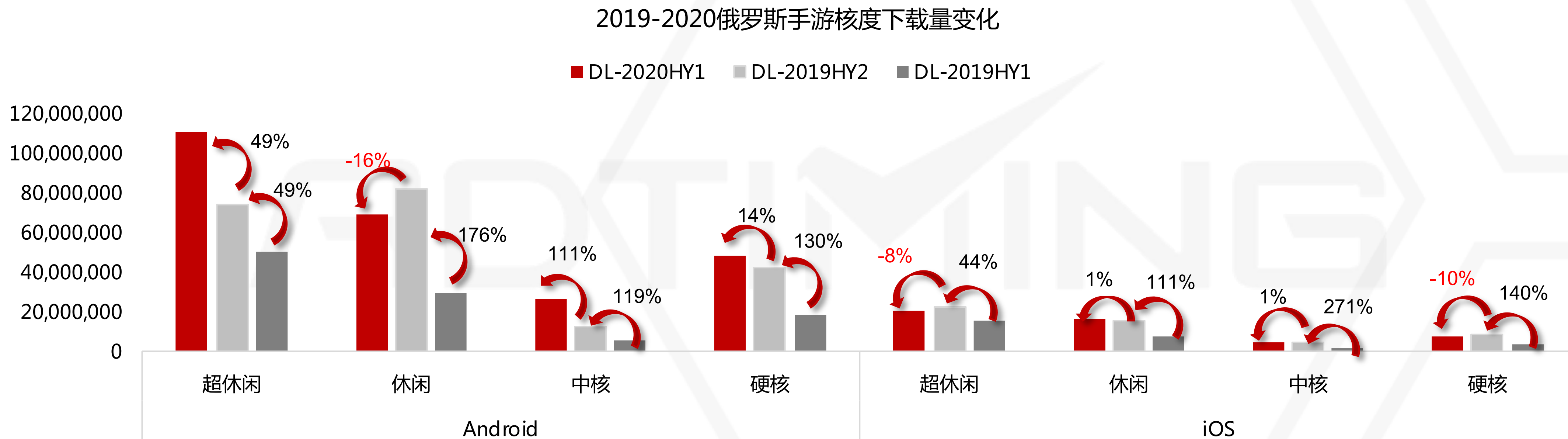


游戏营收：18亿美元

ADTIMING

中核游戏在Android平台下载量连续两个半年超100%环比上浮；iOS获客力度不佳

俄罗斯呈现以超休闲和休闲游戏为主导的市场形态，但休闲游戏的下载量涨势放缓，2020年上半年在Android平台产生16%的环比下滑，iOS平台仅有1%的微幅上升。而超休闲游戏虽在Android平台实现49%的环比稳步增长，但iOS平台仍出现8%的环比缩水。在各核度增速缓慢之际，中核游戏获客表现相对优异，在Android平台连续两个半年产生超过100%的增长。总体来看，iOS平台获客力度不佳，最大的环比增长仅为1%。



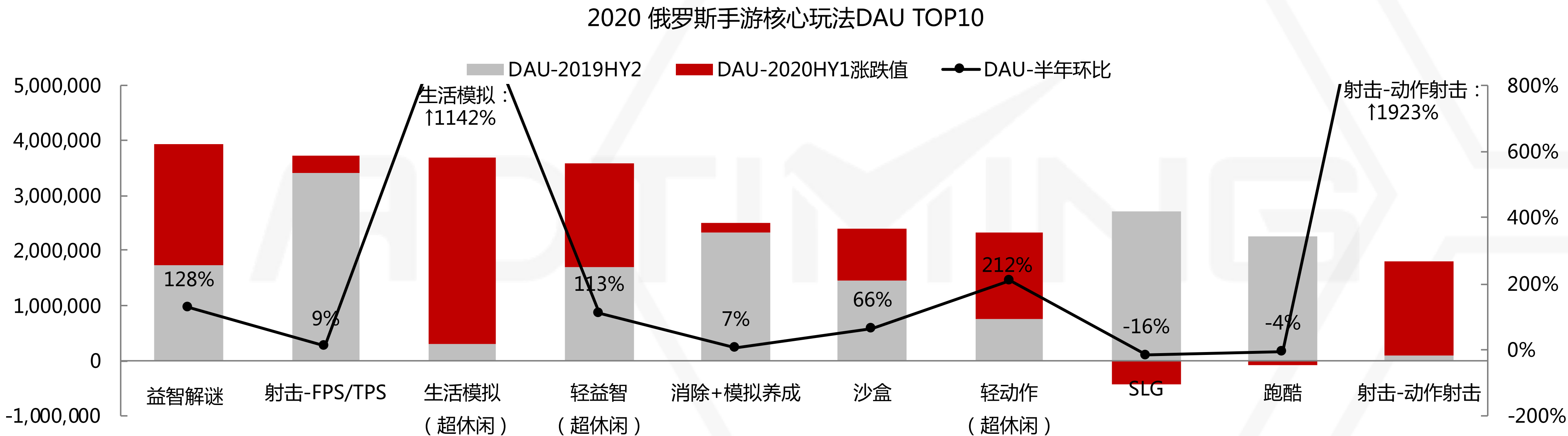
BEST TIMING FOR ADS

ADTIMING

生活模拟和动作射击DAU成绩优异，破1000%环比攀升

2020年上半年，超休闲游戏中的生活模拟品类表现卓越，实现1142%的环比增长，主要得益于Voodoo在多个地区都大火的《Woodturning》。而流量的主要集中品类益智解谜也产生了128%的环比增长（《Brain Out》位居Top DAU榜单第二）。射击玩法中，FPS/TPS的获客量排名第二但环比增长不大（因《World of Blitz Tank MMO》和《Standoff2》涨势较缓），而与之相对的动作射击涨势最为强劲，环比上涨1923%（以超休闲《Johnny Trigger》及休闲游戏《Hunter Assasine》为代表）。SLG活跃用户数不佳，环比下降16%。

BEST TIMING FOR ADS



ADTIMING

《Brawl Stars》冲上榜首，成中核领域玩家扩张的主要贡献者之一

BEST TIMING FOR ADS

超休闲品类除上述提到的外，还有竞速玩法的《Draw Climber》和音乐节奏玩法的《Titles Hop》上榜。

中核游戏的下载量猛增除了依赖早先上线的"消除+模拟养成"游戏外，更主要的是得益于冲上榜单第一的新游《Brawl Stars》庞大的获客量。

休闲游戏中，老牌游戏《Subway Surfers》的热度依然高居不下，位居第二，且仍有5%的环比上涨。

Rank	DAU Top20-RUS	Publisher	Game Core	Gameplay	DAU-2020HY1	环比	同比
1	Brawl Stars	Supercell	中核	MOBA	1.34M	30%	91%
2	Brain Out	Focus apps	休闲	益智解谜	1.26M	231%	-
3	Subway Surfers	SYBO Games	休闲	跑酷	1.21M	5%	11%
4	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	1.05M	14%	63%
5	Roblox	Roblox Corporation	硬核	沙盒	976.67K	21%	8%
6	Tiles Hop	AMANOTES	超休闲	音乐节奏	863.1K	27%	19%
7	Johnny Trigger	SayGames	超休闲	射击-动作射击	814.6K	3515%	-
8	Minecraft Trial	Mojang	硬核	沙盒	794.27K	31%	-
9	Words of Wonders	Fugo Games	休闲	益智解谜	789.33K	-19%	2%
10	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	772.19K	-26%	-15%
11	PUBG MOBILE	Tencent Games	硬核	射击-FPS/TPS	749.31K	21%	19%
12	Township	Playrix	休闲	模拟经营	695.97K	-15%	71%
13	Hero Wars	NEXTERS	硬核	卡牌+RPG	690.6K	6%	269%
14	Draw Climber	Voodoo	超休闲	竞速	683.96K	-	-
15	Woodturning	Voodoo	超休闲	生活模拟	678.79K	-	-
16	Fishdom	Playrix	中核	消除+模拟养成	675.22K	90%	184%
17	Hunter Assassin	Ruby Game Studio	休闲	射击-动作射击	644.52K	874%	-
18	My Talking Tom 2	Outfit7	休闲	模拟养成	643.66K	6%	-29%
19	World of Tanks Blitz MMO	Wargaming Group	硬核	射击-FPS/TPS	607.34K	4%	-10%
20	Standoff 2	Axlebolt	硬核	射击-FPS/TPS	604.88K	9%	-1%

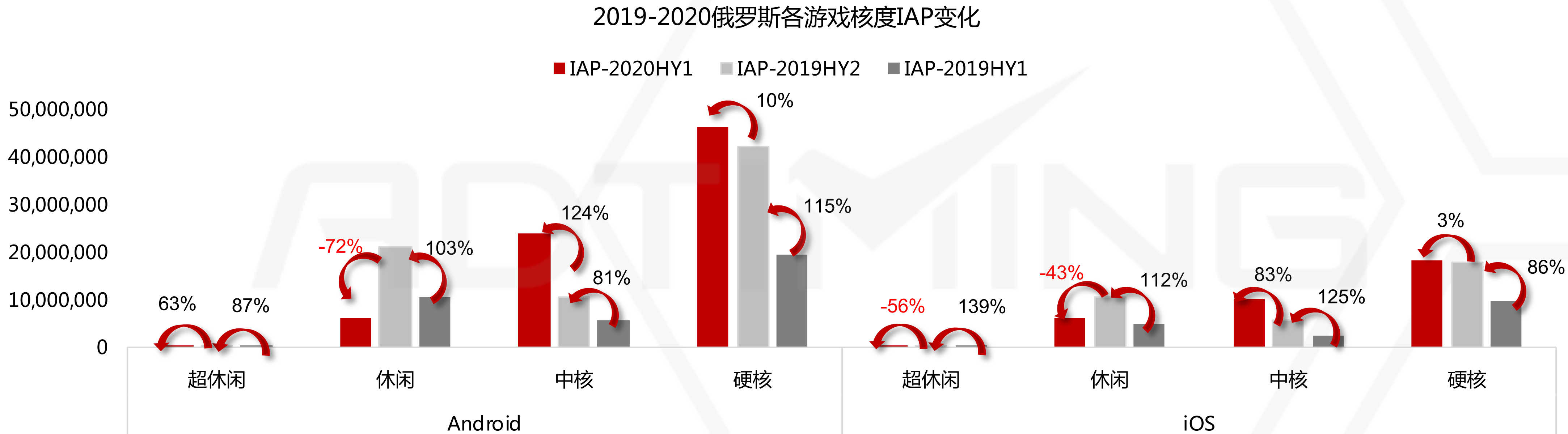
* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用"-"表示。

ADTIMING

休闲游戏拥有最大流量池，但池内玩家付费能力却大幅衰退

BEST TIMING FOR ADS

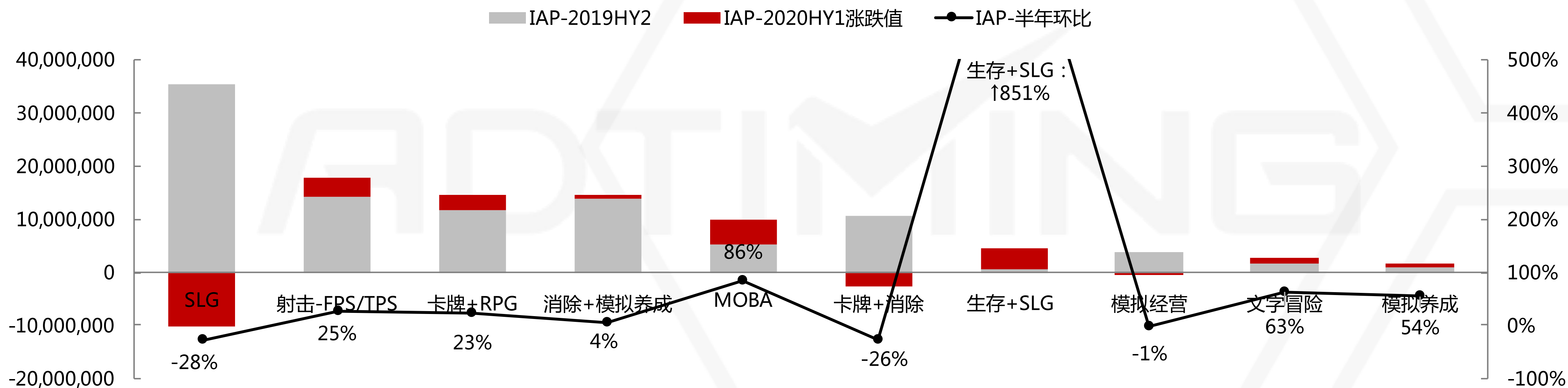
2020年上半年，俄罗斯硬核游戏的吸金能力最强，但中核游戏的表现最为亮眼（与2019年下半年相比，在Android和iOS平台分别实现124%和83%IAP的上涨）。与之相对比的是，休闲游戏的营收环比大幅下跌，Android平台缩水72%，iOS平台缩水43%，尤其是在Android平台，即便是同比，依然能发现应用内购营收下滑了42%。休闲领域虽然是最大的流量池，且玩家在2020年上半年有小幅度的增加，但整体付费能力衰退，并被中核游戏所超越。



ADTIMING

SLG最吸金，但头部游戏内购营收总额下滑严重

虽然SLG为吸金大品类，但其2020年上半年应用内收入环比锐减28%。Top20 IAP榜单中，纯SLG游戏占据了7个，但全部同比下滑，从头部玩家可以看出该品类其它玩家的营收困境。推动中核游戏营收上涨的两个主要品类是“消除+模拟养成”（代表游戏《Empires & Puzzles》虽然环比收入下跌26%，但依然位居榜单第三）及MOBA（收入环比上涨122%的新游《Brawl Stars》为该品类的重要贡献者）。《State of Survival》是“生存+SLG”品类下唯一的游戏，它的收入环比在2020年上半年实现了851%的增长。



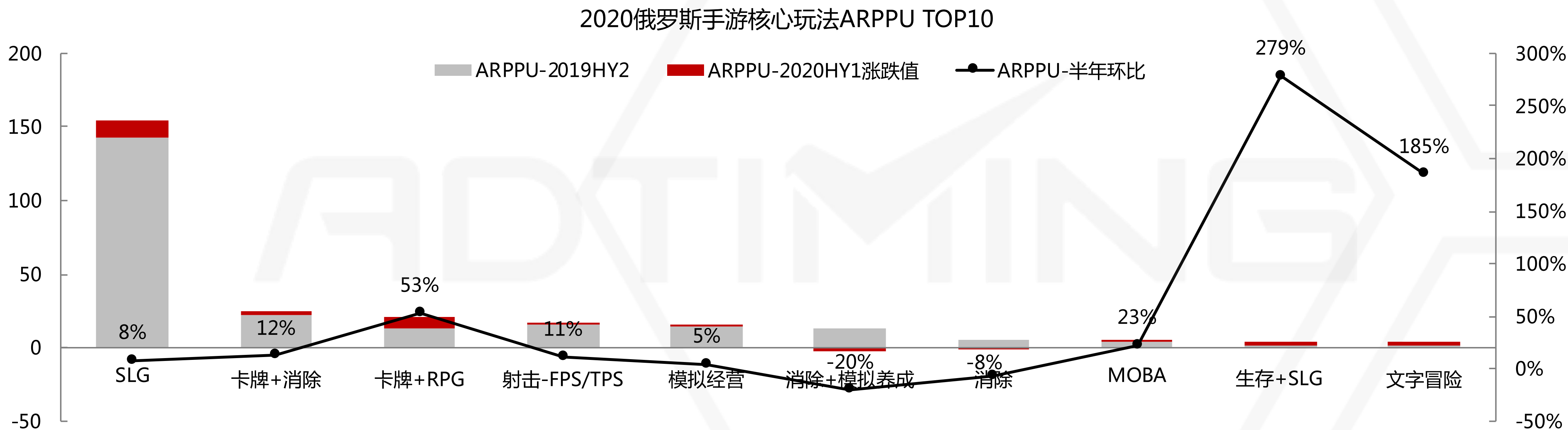
* 单位说明：IAP收入单位为美元（下同）

ADTIMING

SLG领跑ARPPU榜单，文字冒险品类实现185%环比增长

虽然SLG的获客及IAP均有所下滑，但ARPPU远高于其它品类（2020年环比上浮8%）。可推测，该品类总营收的下滑与活跃用户的锐减相关。ARPPU Top10中，有八款都是SLG游戏（以《War and Magic》为代表）。此外，虽然休闲游戏的吸金能力不如从前，但文字冒险品类还是实现了185%的环比增长（代表游戏《Romance Club》）。此外，虽然头部“消除+模拟养成”游戏（诸如《Gardenscapes》）轻微加大了获客力度且IAP有小幅度增长，但从ARPPU来看，它是下滑得最严重的最大的品类，环比缩水20%。

BEST TIMING FOR ADS



* 单位说明：ARPPU收入单位为美元（下同）

ADTIMING

出海硬核游戏吸金能力强大；中核领域的营收半边天依然靠“消除+”撑起

BEST TIMING FOR ADS

中国出海硬核游戏在俄罗斯吸金能力强大，分别有四款游戏上榜（《PUBG MOBILE》、《Lords Mobile》、《Mobile Legends: Bang Bang》和《Rise of Kingdoms》）。而“卡牌+RPG”品类下的《Hero Wars》以1072万美金的营收冲上榜单第一的位置，且2020年上半年同比上涨697%。

部分“消除+”游戏营收有所缩水，但它们依然拥有中核领域内付费能力较强的玩家，榜单内五分之四的中核游戏均为“消除+”。

Rank	IAP Top20-RUS	Publisher	Game Core	Gameplay	IAP-2020HY1	环比	同比
1	Hero Wars	NEXTERS	硬核	卡牌+RPG	10.72M	35%	697%
2	Brawl Stars	Supercell	中核	MOBA	8.01M	122%	327%
3	Empires & Puzzles	Small Giant Games	中核	卡牌+消除	8M	-26%	-18%
4	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	7.91M	25%	48%
5	World of Tanks Blitz MMO	Wargaming Group	硬核	射击-FPS/TPS	5.94M	21%	6%
6	Game of Sultans	Mechanist Internet	硬核	SLG	5.53M	-44%	-59%
7	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	4.7M	-21%	-4%
8	State of Survival	KingsGroup Holdings	硬核	生存+SLG	4.56M	851%	178969%
9	PUBG MOBILE	Tencent Games	硬核	射击-FPS/TPS	4.26M	17%	7%
10	RAID: Shadow Legends	Plarium Global	硬核	卡牌+RPG	3.6M	-3%	214%
11	Standoff 2	Axlebolt	硬核	射击-FPS/TPS	3.34M	93%	74%
12	Vikings: War of Clans	Plarium	硬核	SLG	2.91M	-36%	-44%
13	Lords Mobile	IGG	硬核	SLG	2.56M	-34%	-45%
14	War and Magic	GOAT Games	硬核	SLG	2.53M	-7%	-11%
15	Mobile Legends: Bang Bang	Moonton	硬核	MOBA	2.01M	12%	71%
16	Fishdom	Playrix	中核	消除+模拟养成	1.88M	10%	27%
17	Rise of Kingdoms	Lilith Games	硬核	SLG	1.79M	13%	-9%
18	King of Avalon	Century Game	硬核	SLG	1.76M	-21%	-27%
19	Fishing Clash	Ten Square Games	休闲	模拟养成	1.46M	57%	97%
20	Mafia City	YottaGames	硬核	SLG	1.42M	3%	-8%

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

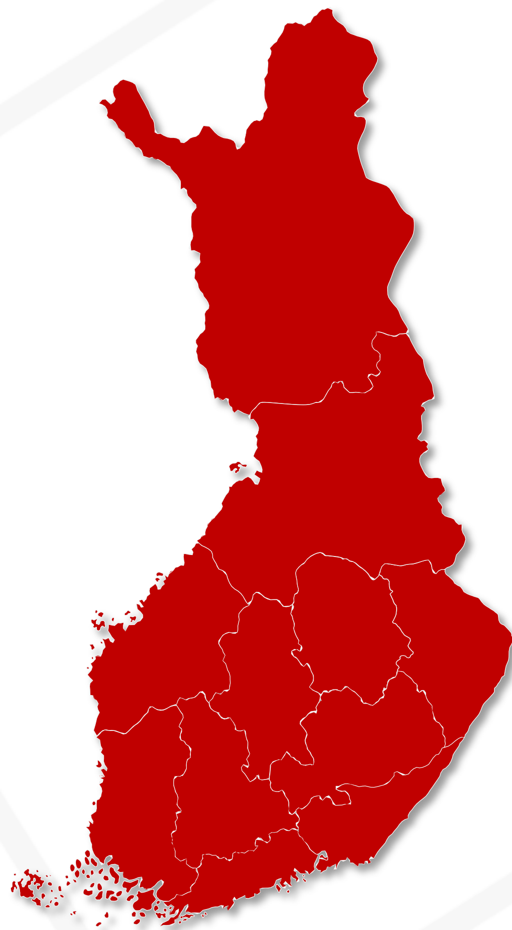
ADTIMING

芬兰

01 芬兰的手游下载量全线增长。市场整体呈现以超休闲游戏主导市场的形态，这类游戏下载量涨势惊人；休闲游戏下载量阶梯式上涨；中、硬核发展相对缓慢

02 以益智解谜和生活模拟为代表的游戏拥有最大流量池，居于DAU榜Top2；营收主要由SLG和“TCG+养成交互AR”等中、硬核游戏贡献

03 纯消除玩法下行趋势显著，营收及单个用户价值均呈环比下跌趋势





GDP：2.5千万美元



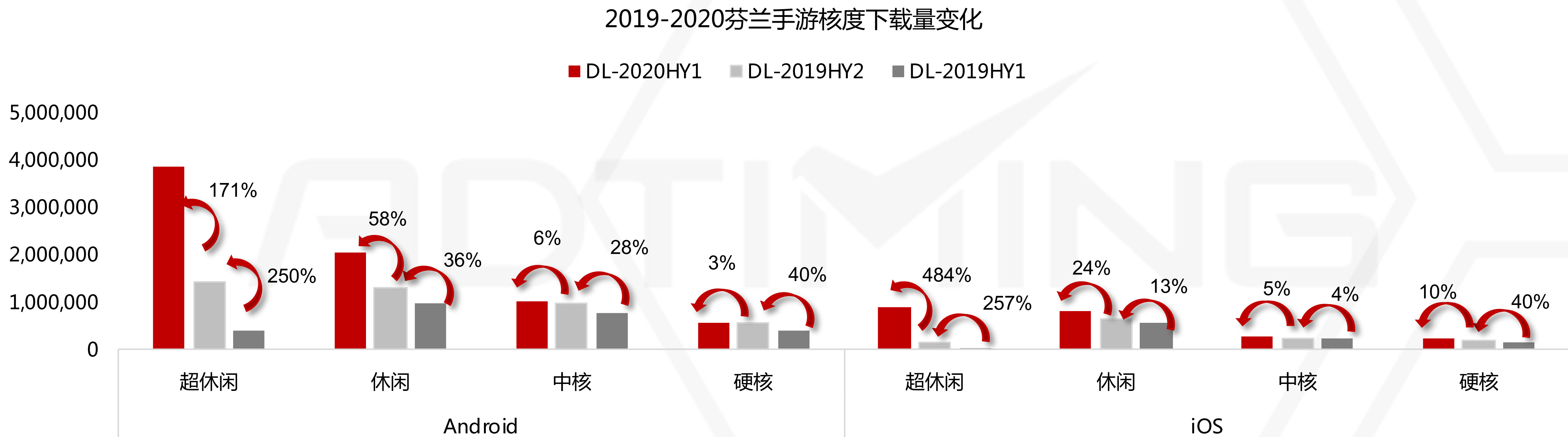
人口：5.5百万

ADTIMING

超休闲游戏下载量突飞猛进；休闲游戏下载量阶梯式上涨；中核、硬核游戏缓慢上升

BEST TIMING FOR ADS

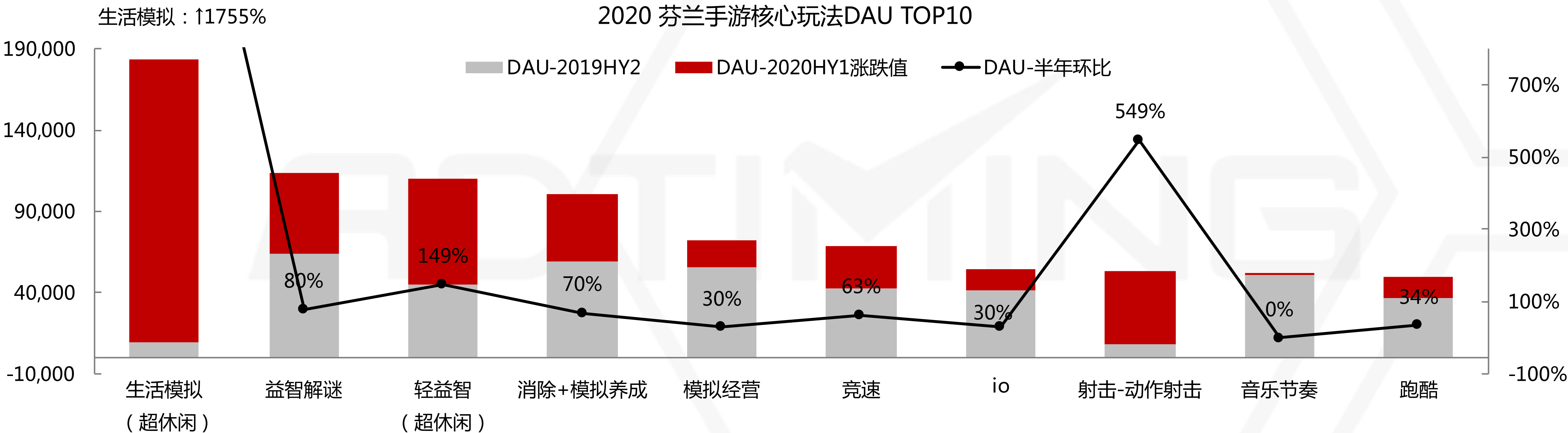
2020年上半年，芬兰手游下载量全线增长，其中，超休闲游戏下载量呈爆发式增长（Android平台环比上涨171%、同比上涨849%，iOS平台环比上升484%、同比上升1981%）。休闲游戏保持连续正增长，在Android平台上升幅度高于iOS平台（前者环比上涨58%，后者环比上涨24%）。中核、硬核游戏呈缓慢爬坡趋势，在双平台均保持稳定上升趋势（环比浮动未超过10%）。



ADTIMING

益智类和模拟类游戏拥有芬兰最大量级用户；生活模拟用户体量迅猛发展

益智类（益智解谜、轻益智）和模拟类（生活模拟、“消除+模拟养成”）在芬兰广受欢迎。超休闲获客的主要来源为生活模拟（如《Woodturning》）和轻益智（以《Rescue Cut》为例），其中，生活模拟环比增速最快（达1755%）；休闲游戏下载量主要由益智解谜（如《Words of Wonders》）贡献；中核游戏下载量主要由“消除+模拟养成”（详见下页榜单榜首游戏《Gardenscapes》和第三名《Fishdom》）贡献。此外，动作射击增长显著（《Johnny Trigger》和《Hunter Assassin》表现亮眼）。



* 分类说明：区别于传统益智解谜游戏，轻益智指的是超休闲游戏领域中的核心玩法，如《Draw Joust!》、《Sand Balls》、《Color Fill 3D》等。

常青游戏领跑；《Paper.io 3D》DAU飞速增长；“TCG+养成交互AR”有所缩水

BEST TIMING FOR ADS

多款常青游戏领跑：《Subway Surfers》保持多年领跑状态依旧打入DAU榜单三甲；沙盒游戏《Roblox》也保持状态居于榜单高位。

需要注意的是2019底上线芬兰的io游戏《Paper.io 3D》迅速跻身榜单第九。

而“TCG+养成交互AR”游戏《 Pokémon GO》受疫情影响，2020年上半年用户体量环比缩水19%。

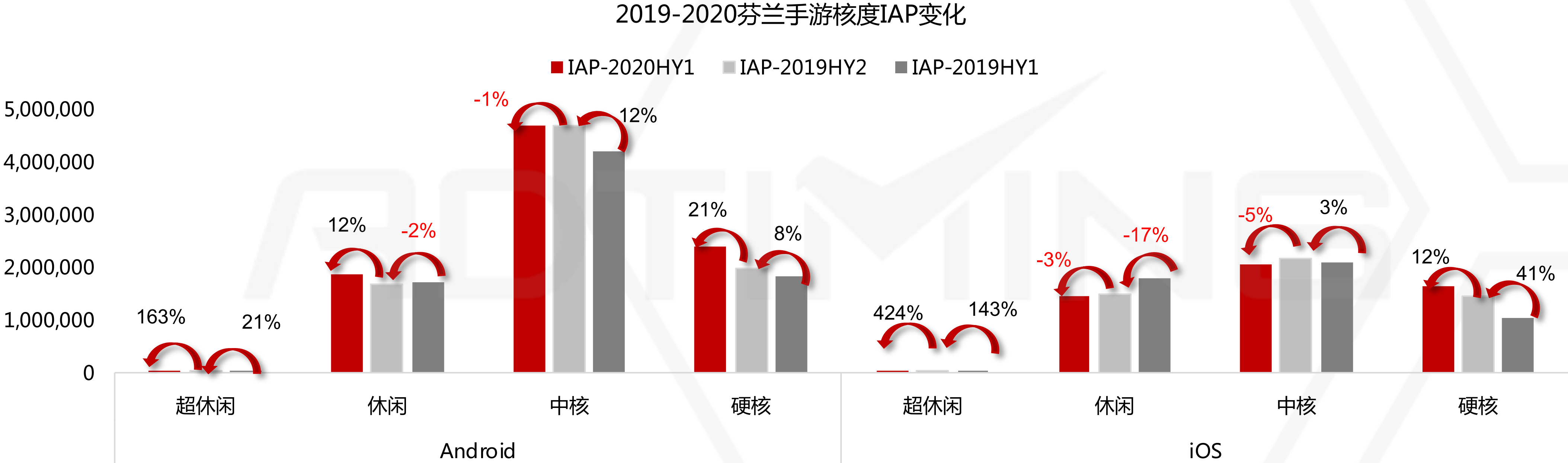
Rank	DAU Top20-FIN	Publisher	Game Core	Gameplay	IAP-2020HY1	环比	同比
1	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	42.88K	81%	235%
2	Subway Surfers	SYBO Games	休闲	跑酷	38.22K	34%	31%
3	Fishdom	Playrix	中核	消除+模拟养成	37.14K	285%	919%
4	Roblox	Roblox Corporation	硬核	沙盒	34.76K	61%	29%
5	Draw Climber	Voodoo	超休闲	竞速	32.17K	-	-
6	Brawl Stars	Supercell	中核	MOBA	31.04K	-5%	-34%
7	Rescue Cut	F.I.L Games	超休闲	轻益智	26.54K	269%	-
8	Woodturning	Voodoo	超休闲	生活模拟	25.85K	-	-
9	Paper.io 3D	Voodoo	超休闲	io	25.63K	52221%	-
10	Tiles Hop	AMANOTES	超休闲	音乐节奏	24.67K	-28%	30%
11	Hay Day	Supercell	休闲	模拟经营	24.31K	12%	0%
12	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	24.28K	51%	11%
13	Johnny Trigger	SayGames	超休闲	射击-动作射击	22.07K	2712%	-
14	8 Ball Pool	Miniclip	休闲	休闲运动	21.48K	20%	7%
15	Pokémon GO	Niantic	中核	TCG+养成交互AR	21.17K	-19%	26%
16	Hunter Assassin	Ruby Game Studio	休闲	射击-动作射击	21.04K	184%	-
17	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	20.39K	-21%	-6%
18	Words of Wonders	Fugo Games	休闲	益智解谜	19.84K	-26%	-52%
19	Dancing Road	AMANOTES	超休闲	音乐节奏	18.91K	102%	1344%
20	Township	Playrix	休闲	模拟经营	18.36K	-17%	150%

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

超休闲、硬核游戏吸金能力涨势喜人；中核游戏营收些微回落；休闲游戏IAP环比下跌

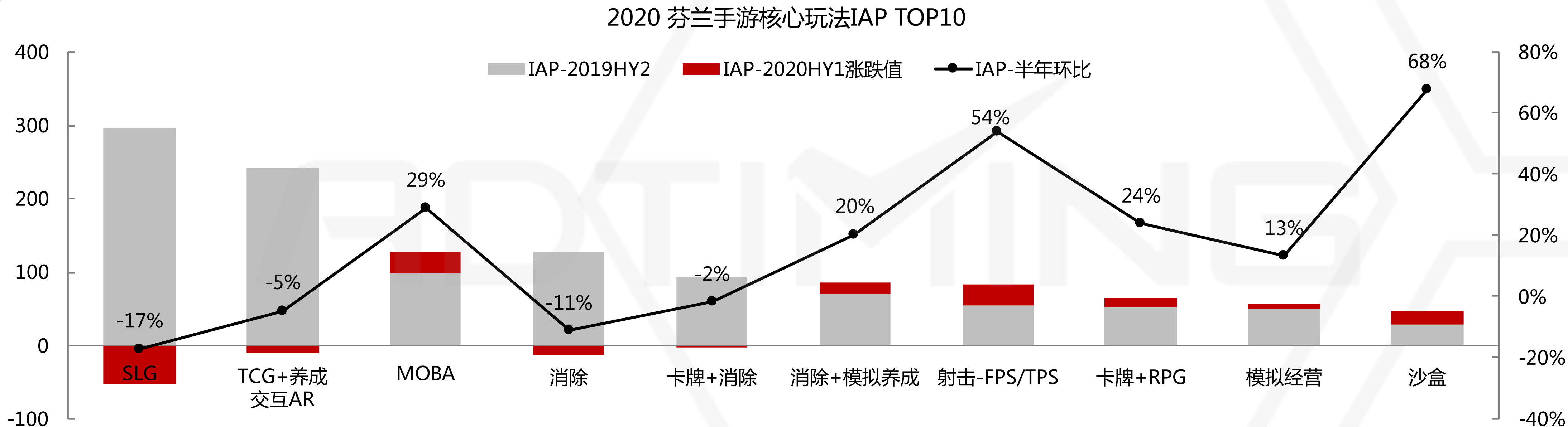
在2020年上半年，超休闲游戏的营收能力实现了飞跃式提高，其在Android平台营收环比上涨163%、同比上涨217%，在iOS平台环比上升424%、同比上升1173%。硬核游戏的吸金能力呈缓慢上升态势（Android平台环比上浮21%，iOS平台环比上浮12%）。中核游戏IAP整体表现一般（Android平台环比下滑1%、同比上浮11%，iOS平台环比下滑5%、同比下滑2%）。而休闲游戏在Android和iOS平台表现出的IAP发展走向相反（ Android平台环比上浮12%、同比上浮10%，iOS平台环比下滑3%、同比下滑20%）。



BEST TIMING FOR ADS
ADTIMING

SLG品类吸金能力下行；“TCG+养成交互AR”游戏受疫情影响较大；沙盒游戏增势稳定

2020年上半年营收能力Top品类为SLG、“TCG+养成交互AR”、MOBA，其中SLG盈利能力减弱（可见SLG头部游戏《Clash of Clans》、《Guns of Glory》等均表现出产品中后期的颓势）；“TCG+养成交互AR”（《Pokémon GO》）受疫情影响较大，虽同比仍保持21%的增势，但环比缩水5%。MOBA游戏相环比增长29%，稳定发展（以《Brawl Stars》为例，其2020年上半年环比涨幅30%）。此外，盈利能力发展最快的品类是沙盒游戏，以经典沙盒游戏《Roblox》为例，其2020年上半年环比增长94%、同比激增115%。



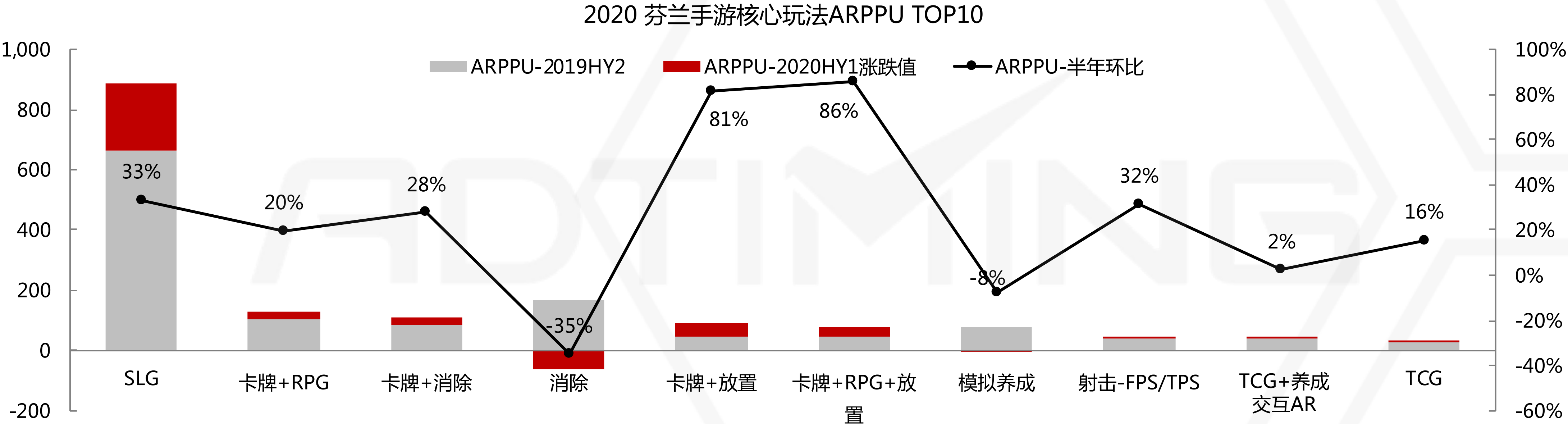
* 单位说明：IAP收入单位为美元（下同）

ADTIMING

SLG用户单价最高；“卡牌+”表现出旺盛生命力，4款品类齐聚榜单；单一玩法下行趋势显著

BEST TIMING FOR ADS

SLG游戏用户依旧氪金意愿最强烈，ARPPU最高，且保证33%的环比增长。“卡牌+”用户在ARPPU排名中表现亮眼，Top10有四款均为“卡牌+”游戏且“卡牌+RPG+放置”拿下增速头筹（以《剑与远征》为代表），“卡牌+放置”（如《Battle Warship: Naval Empire》）拿下增速第二。且在“卡牌+消除”用户价值上涨的同时，纯消除玩法的ARPPU环比下降35%，可见融合品类在芬兰增长的同时蚕食部分单一玩法市场。



* 单位说明：ARPPU收入单位为美元（下同）

ADTIMING

IAP Top20 半数游戏呈下行趋势；《State of Survival》逆风增长势头猛烈

BEST TIMING FOR ADS

2020年上半年，榜单大部分SLG游戏（如《Clash Royale》、《Rise of Kingdoms》、《King of Avalon》）营收能力均表现出不同程度的缩水，或许说明该品类头部游戏大多已进入产品生命中后期，同品类玩家可以尝试进场。

以《State of Survival》为代表的“SLG+生存”品类破局上涨，2020年环比涨幅达485%，或许说明凭借新颖题材、融合玩法在2020下半年将成为SLG游戏开发的着眼点。

Rank	IAP Top20-FIN	Publisher	Game Core	Gameplay	IAP-2020HY1	环比	同比
1	Pokémon GO	Niantic	中核	TCG+养成交互AR游戏	2.31M	-5%	21%
2	Brawl Stars	Supercell	中核	MOBA	1.25M	30%	-23%
3	Empires & Puzzles	Small Giant Games	中核	卡牌+消除	924.59K	-2%	25%
4	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	777K	-8%	-12%
5	Clash of Clans	Supercell	中核	SLG	683.78K	-11%	-9%
6	PUBG MOBILE	Tencent Games	硬核	射击-FPS/TPS	597.2K	54%	128%
7	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	463.63K	61%	155%
8	Roblox	Roblox Corporation	硬核	沙盒	378.26K	94%	115%
9	Growtopia	Ubisoft	休闲	街机动作	337K	-13%	-31%
10	Hay Day	Supercell	休闲	模拟经营	313.32K	14%	-8%
11	Guns of Glory	Century Game	硬核	SLG	312.06K	-16%	-3%
12	RAID: Shadow Legends	Plarium Global	硬核	卡牌+RPG	303.37K	34%	234%
13	Clash Royale	Supercell	中核	SLG	287.44K	-37%	-44%
14	State of Survival	KingsGroup Holdings	硬核	SLG+生存	286.71K	485%	24572%
15	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	272.67K	-24%	-1%
16	Rise of Kingdoms	Lilith Games	硬核	SLG	263.92K	-30%	0%
17	King of Avalon	Century Game	硬核	SLG	226.67K	-1%	32%
18	Lords Mobile	IGG	硬核	SLG	221.22K	10%	-4%
19	Coin Master	Moon Active	休闲	博彩+模拟养成	210.86K	131%	168%
20	Hero Wars	NEXTERS	硬核	卡牌+RPG	177.81K	51%	760%

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

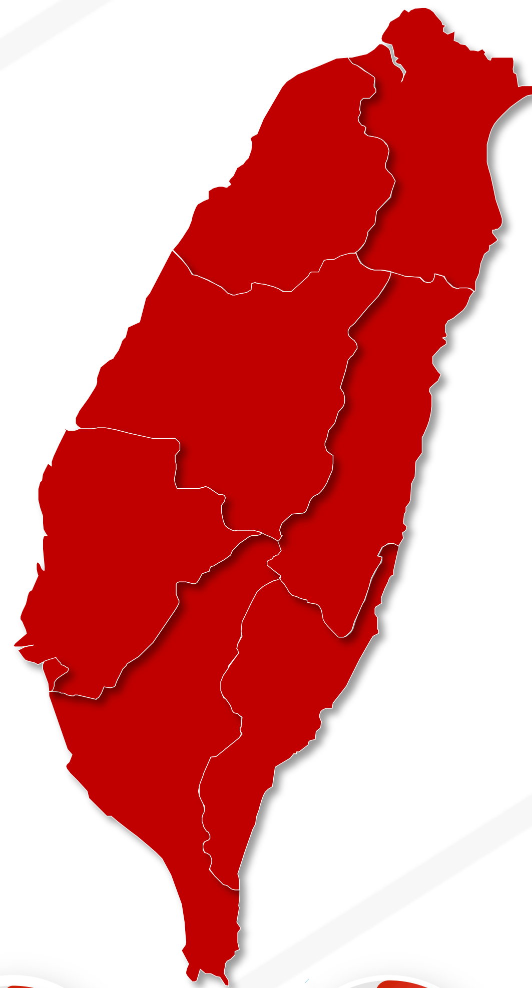
ADTIMING

台湾

01 全核度手游获客强势增长，尤其中、硬核涨势强劲，且营收能力增长迅速

02 “卡牌+RPG”涨势猛且流量多；本土色彩浓郁的麻将玩法最为受欢迎；敏捷操作（超休闲）新游《Tofu Girl》、轻动作新游《Push’em All》呈井喷式增长

03 “卡牌+RPG”不仅DAU增速快，营收能力也上行；过半头部游戏营收下滑，“卡牌+RPG+放置”IAP环比缩水31%





GDP：20.3万亿美元



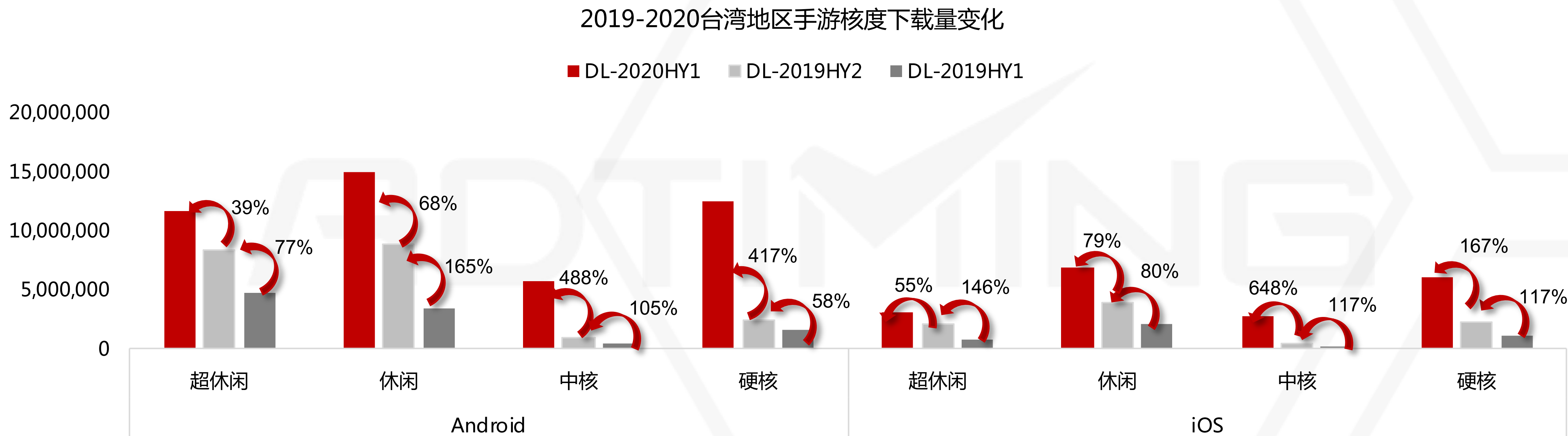
人口：2.4千万

ADTIMING

全品类迅猛增长；流量集中休闲领域，中核游戏热度爆发

BEST TIMING FOR ADS

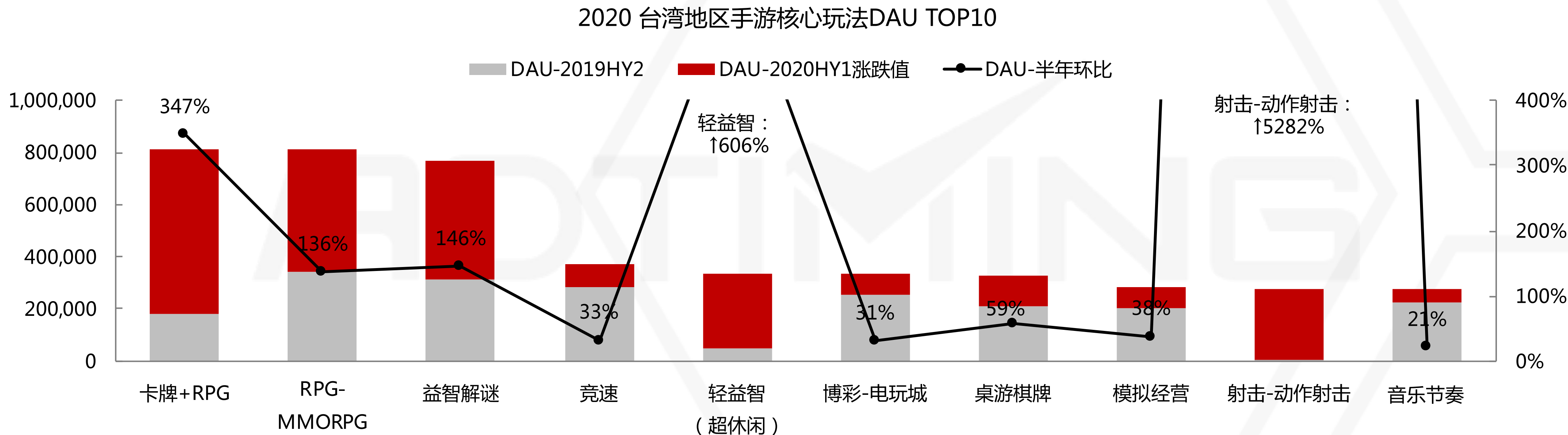
在台湾地区，2020年上半年超休闲和休闲下载量均实现快速上涨。最多的流量集中在休闲领域，较2019年下半年，在Android和iOS平台下载量分别产生了68%和79%的上浮。值得注意的是，中核游戏的热度爆发，下载量在Android平台产生了环比488%的大幅增长，且iOS的增长势头更为显著，实现了648%的环比上升。



ADTIMING

全品类DAU呈上行趋势，益智解谜活跃用户增长翻番，“卡牌+RPG”涨势迅猛

台湾地区Top10全品类DAU都处于增长期，其中“卡牌+RPG”（《一拳超人》冲上DAU榜单Top4）贡献了最多的活跃用户，2020年上半年增幅达347%并跃居DAU品类首位。增速最快的两大品类为射击-动作射击（环比上涨5282%）及轻益智（环比上涨606%）。益智解谜活跃用户增长翻番，实现了146%的环比上浮，带动了休闲游戏流量池的扩大。



ADTIMING

上榜休闲游戏品类丰富，轻动作实现DAU最高涨幅，极具本土色彩的麻将玩法最受欢迎

BEST TIMING FOR ADS

在榜单内休闲领域的游戏种类较多，除之前提到的益智解谜外，还有塔防、桌游棋牌、博彩、等。

敏捷操作品类下的《Tofu Girl》较2019年下半年DAU环比上浮最快。

两款极具地域特色的棋牌游戏《神來也麻將多合1》和《麻將明星3缺1》也很受欢迎，日活跃用户环比增长稳定，其中《神來也麻將多合1》位居榜首，并实现了84%的环比上涨。

Rank	DAU Top20-TWN	Publisher	Game Core	Gameplay	DAU-2020HY1	环比	同比
1	神來也麻將多合1	Gamesofa	休闲	桌游棋牌	201.41K	84%	48%
2	Brain Out	Focus apps	休闲	益智解谜	182.71K	93%	-
3	Garena 傳說對決	Garena Games Online	硬核	MOBA	163.44K	20%	7%
4	一拳超人	GAMENOW TECHNOLOGY	硬核	卡牌+RPG	155.14K	-	-
5	PUBG MOBILE	HotCool Game	硬核	射击-FPS/TPS	143.65K	-22%	76%
6	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	128.12K	56%	167%
7	奇蹟MU:跨時代	G妹遊戲	硬核	RPG-MMORPG	122.97K	-	-
8	Hero Wars	NEXTERS	硬核	卡牌+RPG	113.24K	22%	524%
9	Push'em all	Voodoo	超休闲	轻动作	111.9K	29114%	-
10	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	102.74K	-21%	28%
11	Random Dice	1900-01-01	休闲	塔防	100.42K	651%	-
12	漫威超級戰爭	LongE Play	硬核	MOBA	95.22K	1399%	-
13	麻將明星3缺1	International Games System	休闲	桌游棋牌	92.06K	40%	9%
14	Pocket World 3D	Minimonster game	休闲	益智解谜	91.65K	146%	-
15	明星捕鱼	International Games System	休闲	博彩-电玩城	90.39K	56%	-3%
16	成語填填字	Brainjoy Games	休闲	益智解谜	88.95K	-25%	57752%
17	Pokémon GO	Niantic	中核	TCG+养成交互AR游戏	88.89K	-12%	-13%
18	Johnny Trigger	SayGames	超休闲	射击-动作射击	88.63K	3843%	-
19	KartRider Rush+	NEXON	休闲	竞速	84.88K	-	-
20	Tofu Girl	JoyPac	超休闲	敏捷操作	84.24K	115651%	-

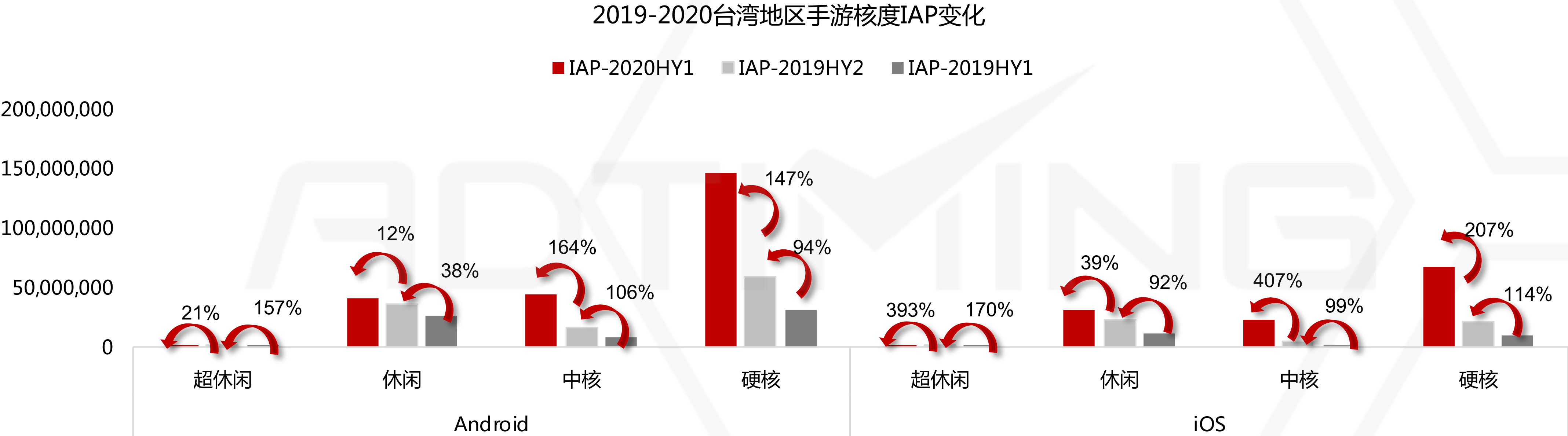
* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

硬核游戏包揽大部分营收；中核游戏实现最大环比增幅

硬核游戏在IAP方面风头强劲，应用内收入在双平台都是最高的，还在2020年上半年分别产生了147%（Android）和207%（iOS）的环比增长。另一表现优异的当属中核游戏，不仅在iOS平台实现了最大的环比增幅（407%），在Android平台上的IAP总量在2020年上半年还超越了休闲游戏。

BEST TIMING FOR ADS

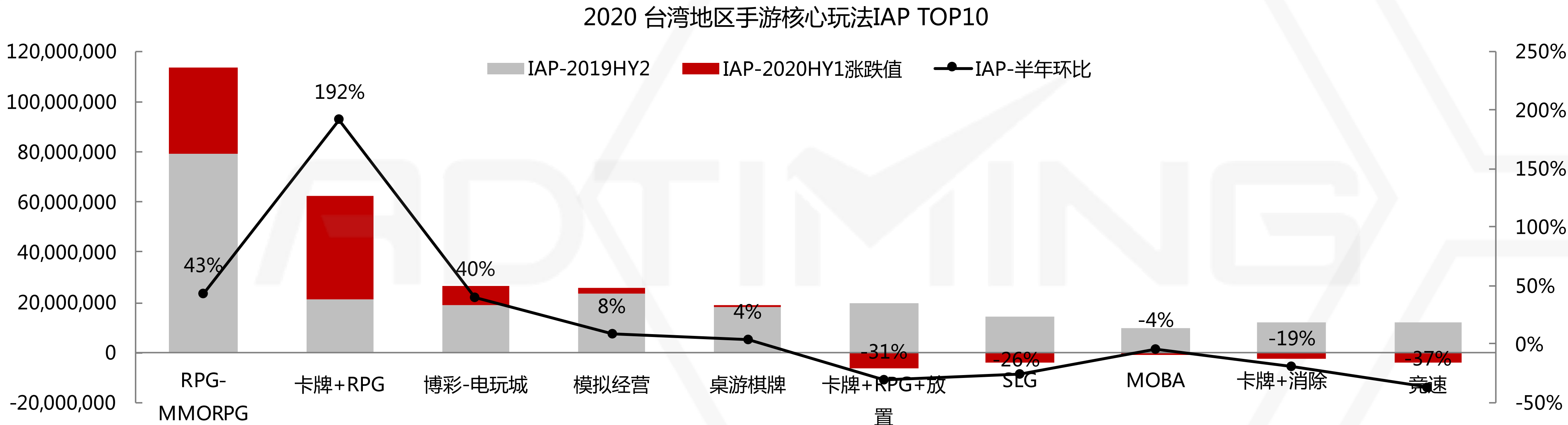


ADTIMING

模拟经营头部游戏《叫我官老爺》营收能力下行，新游《一個官人一個妻》等奋起直追

中核游戏吸金能力的提升或与几款新游的爆火息息相关。一款是近半年来在台湾地区新上线的中核“卡牌+RPG”手游《食物语》，数月内便斩获$678万的营收，和其它硬核“卡牌+RPG”游戏一起贡献了该品类192%的最高营收环比增长。此外，虽然中核领域内的模拟经营头部游戏《叫我官老爺》2020年上半年IAP有19%的环比缩水，但该品类下的新面孔《一個官人一個妻》、《大老闆》等依然有不菲的吸金能力。在带有卡牌元素的融合玩法中，“卡牌+RPG+放置”（如《劍與遠征》）及“卡牌+消除”的IAP（《神魔之塔》虽位列IAP榜单第八，但已进入产品生命中后期）分别出现了环比31%和19%的下跌。

BEST TIMING FOR ADS



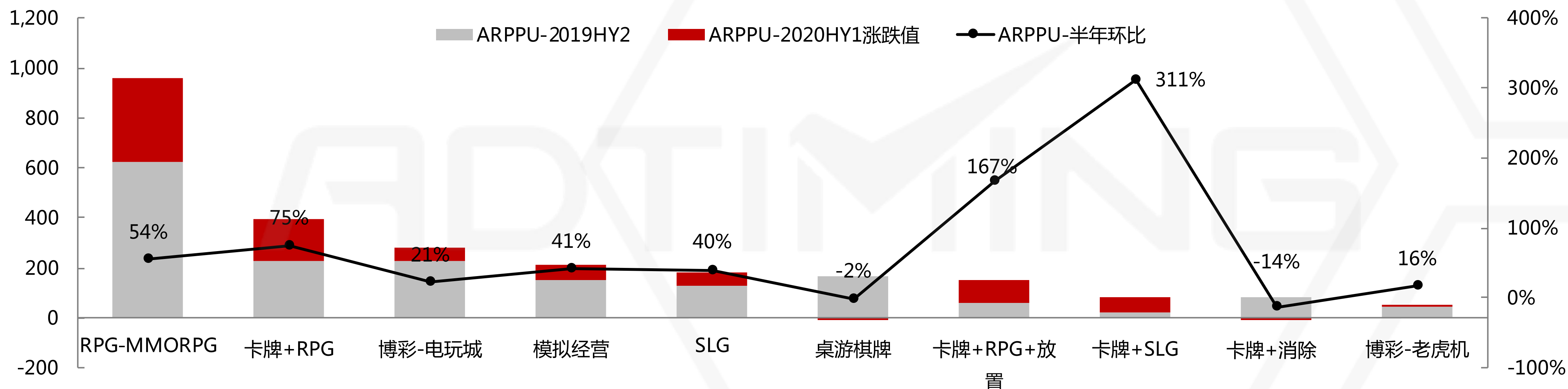
* 单位说明：IAP收入单位为美元（下同）

ADTIMING

“卡牌+SLG”品类内游戏少，但单个用户价值走高；MMORPG的ARPPU稳步上涨

从ARPPU来看，头部前四名和IAP榜单前四保持一致。而对于“卡牌+RPG+放置”来说，虽然在2020年上半年内购总营收下跌，但ARPPU实现了167%的环比增长，意味着该品类游戏下载量触顶，开始着力于深耕现有用户价值。“卡牌+SLG”品类下虽活跃用户总量少，但单个用户价值走高，例如《一代軍師M》就实现了ARPPU 311%的环比大幅提升。RPG-MMORPG依然拿下最高的ARPPU，并保持54%的环比稳步上涨。

BEST TIMING FOR ADS



* 单位说明：ARPPU收入单位为美元（下同）

ADTIMING

过半游戏IAP营收环比下滑；MMORPG占领头部位置；休闲-博彩电玩品类营收能力瞩目

BEST TIMING FOR ADS

整体上来看，IAP头部过半的游戏都出现了应用内购营收环比下跌的情况，而莉莉丝出品的两款硬核游戏《劍與遠征》和《萬國覺醒》的情况更甚，在这半年IAP环比下滑41%和34%。

两款硬核MMORPG游戏《天堂M》和《奇蹟MU》占据了IAP榜单Top1、2的位置。

在休闲领域中，以《星城Online》、《金好運娛樂城》为代表的博彩-电玩城游戏的吸金能力强大，且较2019年下半年，前者实现183%的大幅环比增长。

Rank	IAP Top20-TWN	Publisher	Game Core	Gameplay	IAP-2020HY1	环比	同比
1	天堂M	Gamania	硬核	RPG-MMORPG	34.68M	1%	11%
2	奇蹟MU	G妹遊戲	硬核	RPG-MMORPG	14.93M	-	-
3	一拳超人	GAMENOW TECHNOLOGY	硬核	卡牌+RPG	14.67M	-	-
4	劍與遠征	Lilith Game	中核	卡牌+RPG+放置	11.14M	-41%	-
5	叫我官老爺	CHUANG COOL	中核	模拟经营	10.91M	-19%	-25%
6	Garena 傳說對決	Garena Games Online	硬核	MOBA	9.41M	-6%	-6%
7	三國殺名將傳	Eskyfun	硬核	RPG-MMORPG	9.37M	79%	-
8	神魔之塔	Mad Head	硬核	卡牌+消除	9.19M	-17%	-36%
9	萬國覺醒	Lilith Game	硬核	SLG	8.4M	-34%	-3%
10	星城Online	網銀國際股份有限公司	休闲	博彩-电玩城	6.81M	183%	126%
11	食物语	Mover Games	中核	卡牌+RPG	6.78M	-	-
12	老子有錢	向上國際科技股份有限公司	休闲	桌游棋牌	6.48M	-16%	-36%
13	超異域公主連結！Re:Dive	So-net TWN	硬核	卡牌+RPG	6.04M	-28%	-3%
14	三國群英傳M	USERJOY	硬核	RPG-MMORPG	5.97M	-	-
15	金好運娛樂城	ARC PLAY	休闲	博彩-电玩城	5.96M	13%	46%
16	RO仙境傳說	GRAVITY	硬核	RPG-MMORPG	5.94M	18%	29%
17	神來也麻將多合1	Gamesofa	休闲	桌游棋牌	5.41M	20%	28%
18	少年猛將傳	GameSword	硬核	卡牌+RPG	5.31M	-	-
19	Fate/Grand Order	Komoe	硬核	卡牌+RPG	5.26M	-28%	-35%
20	Let's Vegas Slots	USERJOY	休闲	博彩-电玩城	5.19M	-7%	-19%

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

沙特阿拉伯

01 沙特地区呈以休闲、超休闲为主导的市场形态；中核游戏的下载量环比增速较快；超休闲游戏发展缓慢

02 沙特地区的手游流量主要集中在以桌游棋牌和生活模拟为代表的休闲和超休闲游戏上；仅SLG用户体量呈下降趋势

03 沙特游戏营收主要来自硬核游戏，以SLG和FPS/TPS游戏为代表，其中SLG单个内购用户价值远超其它品类，但SLG营收能力下行趋势显著





GDP：1.87万亿美元



人口：0.35亿

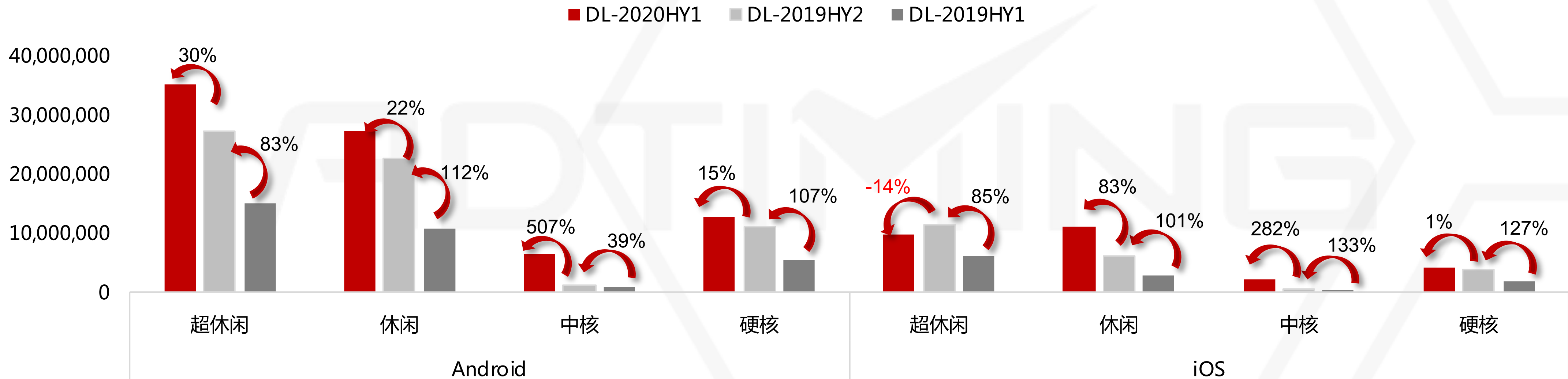


游戏营收：7.6亿美元

ADTIMING

自2020年来，沙特阿拉伯中核游戏下载量增势最猛；超休闲增势放缓

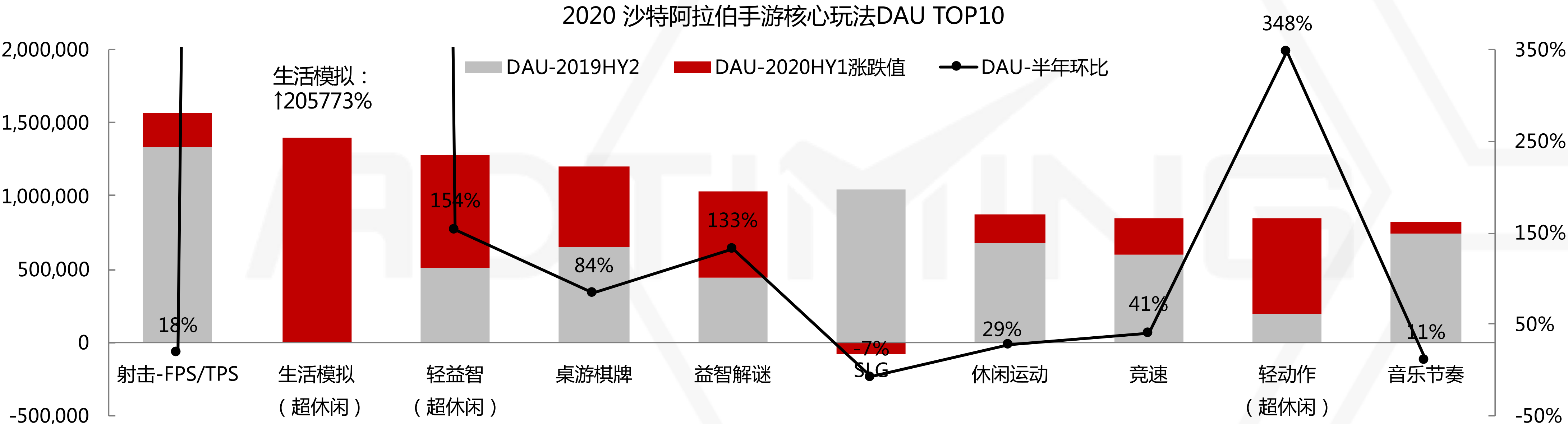
沙特阿拉伯整体呈现为以超休闲和休闲为主导的手游市场形态。除超休闲以外，各核度游戏在2020年上半年同比增长均超过100%。其中，中核游戏的下载量在2020年上半年环比增长最快（Android平台增长507%，iOS平台增长282%）。超休闲在Android平台的获客环比增长30%（同比增长137%），而在iOS平台的获客环比缩水14%（同比增长59%），可见超休闲2020年以来的增长速度有所放缓。



ADTIMING

射击-FPS/TPS、生活模拟、轻益智拥有沙特TOP3的用户池，仅SLG游戏用户体量缩水

从2020年上半年沙特阿拉伯的DAU数据可见，射击-FPS/TPS、生活模拟、轻益智类游戏是强势获客的主力。其中超休闲游戏流量主要来自生活模拟（以量取胜，无游戏跻身榜单Top20）和轻益智（如《Rescue Cut》）；休闲游戏的获客主要来自休闲运动（以《8 Ball Pool》为代表）；硬核游戏的获客主要来自射击-FPS/TPS（以《PUBG MOBILE》和《Sniper 3D》为代表）。另外，此前大热的SLG游戏获客能力缩水7%。



* 分类说明：区别于传统益智解谜游戏，轻益智指的是超休闲游戏领域中的核心玩法，如《Draw Joust!》、《Sand Balls》、《Color Fill 3D》等。同样，轻动作指的也是超休闲领域的核心玩法，如《Kick the Buddy》、《Push ‘em all》等。

DAU TOP20中，仅三款环比下跌；跑酷老游、“模拟养成+”融合玩法热度持续上涨

BEST TIMING FOR ADS

沙特头部游戏中，仅三款呈现环比下行趋势，绝大部分游戏保持发展。除了上页中提及的热门品类代表游戏，《Subway Surfers》延续其火热态势，作为2015年之前上线的休闲跑酷老游，截至2020年上半年依旧位居DAU榜首，并保持环比稳步增长态势（8%）。

Playrix的《Gardenscapes》与《Homescapes》作为“模拟养成+”融合玩法的代表游戏，依然受沙特玩家追捧，环比分别上涨219%、27%。

Rank	DAU Top20-SAU	Publisher	Game Core	Gameplay	DAU-2020HY1	环比	同比
1	Subway Surfers	SYBO Games	休闲	跑酷	545.02K	8%	-2%
2	PUBG MOBILE	Tencent Games	硬核	射击-FPS/TPS	490.8K	5%	-27%
3	Ludo Star	Gameberry Labs	休闲	桌游棋牌	442.3K	54%	195%
4	Sniper 3D	Fun Games For Free	硬核	射击-FPS/TPS	431.93K	35%	44%
5	8 Ball Pool	Miniclip.com	休闲	休闲运动	391.78K	22%	5%
6	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	378.58K	219%	268%
7	Yalla Ludo - Ludo&Domino	Aviva Sun	休闲	桌游棋牌	364.92K	574%	4398%
8	Rescue Cut - Rope Puzzle	F.I.L Games	超休闲	轻益智	334.52K	205%	-
9	Hunter Assassin	Ruby Game Studio	休闲	射击-动作射击	323.89K	1920%	-
10	Tiles Hop	AMANOTES	超休闲	音乐节奏	304.15K	2%	173%
11	Disc Pool	Miniclip.com	休闲	休闲运动	298.94K	42%	127%
12	Scary Teacher 3D	Z & K Games	中核	益智解谜	277.32K	341%	2885%
13	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	269.56K	27%	105%
14	Sky Roller	HOMA GAMES	超休闲	轻动作	266.3K	222%	-
15	Township	Playrix	休闲	模拟经营	260.49K	-11%	59%
16	Johnny Trigger	SayGames	超休闲	射击-动作射击	260.02K	4017%	-
17	Roblox	Roblox Corporation	硬核	沙盒	253.12K	41%	56%
18	Garena Free Fire: Rampage	GARENA	硬核	射击-FPS/TPS	249.21K	-6%	25%
19	Granny	Dvloper	中核	益智解谜	241.98K	17%	99%
20	Magic Tiles 3	AMANOTES	休闲	音乐节奏	218.49K	-1%	15%

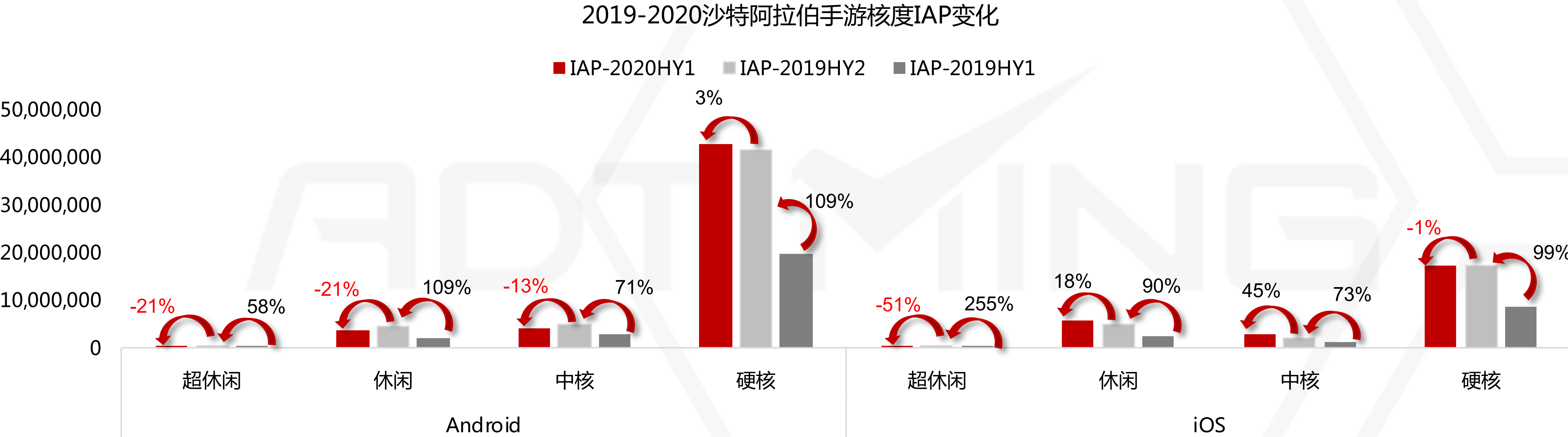
* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

超休闲用户付费能力增速放缓；休闲和中核游戏IAP增势稳定

和2019年下半年相比，超休闲游戏无论在Android还是iOS平台，都面临IAP缩水的不利局面，但超休闲游戏在双平台分别保持着25%和74%的同比增长，从侧面反映出其整体盈利能力或许在下半年更强。2020年的上半年，休闲、中核游戏盈利能力已超过去年同期，数据显示，休闲和中核游戏在iOS平台盈利能力同比上涨速度超过Android平台（2020年上半年，休闲游戏IAP在iOS平台同比增长为124%，高于Android平台的同比增长66%；中核游戏IAP在iOS平台同比增长152%，也高于Android平台的48%）。

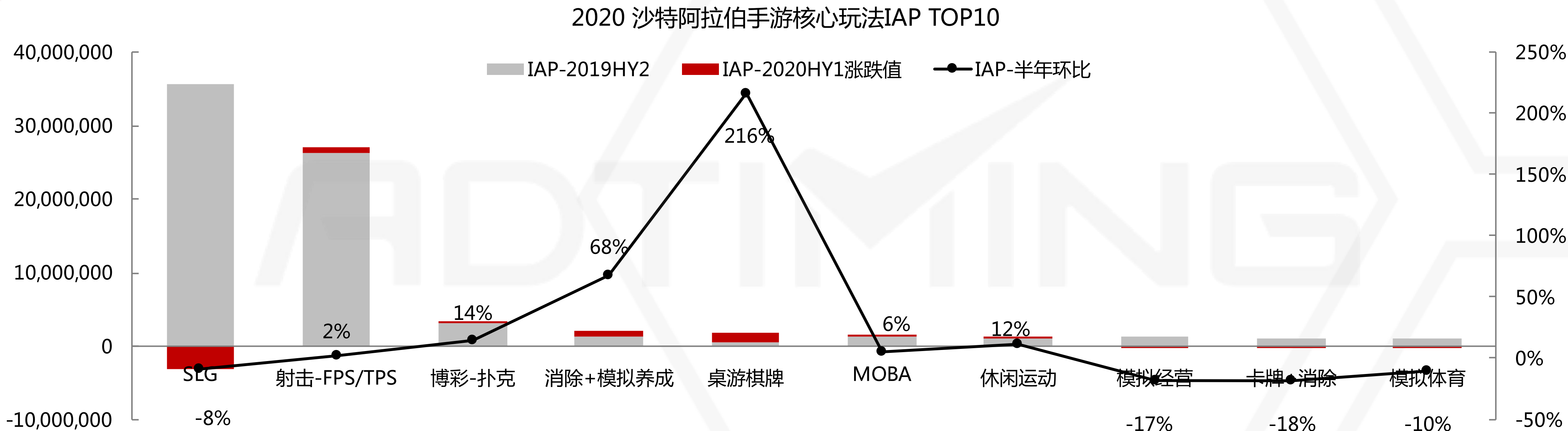
BEST TIMING FOR ADS



ADTIMING

SLG的IAP小幅缩水，依旧是沙特最吸金玩法；“消除+模拟养成”、桌游棋牌增长潜力大

SLG相比2019年IAP环比缩水8%、同比缩水20%，依旧为沙特地区最吸金的游戏品类（详见IAP Top20榜单，头部游戏主要是SLG玩法）。纯模拟经营玩法的吸金能力逐渐减退（环比缩水17%、同比缩水14%），而“消除+模拟养成”融合玩法则实现正增长（环比上行68%、同比上行124%）。桌游棋牌类游戏增势迅猛（环比增长216%，同比增长198%）。

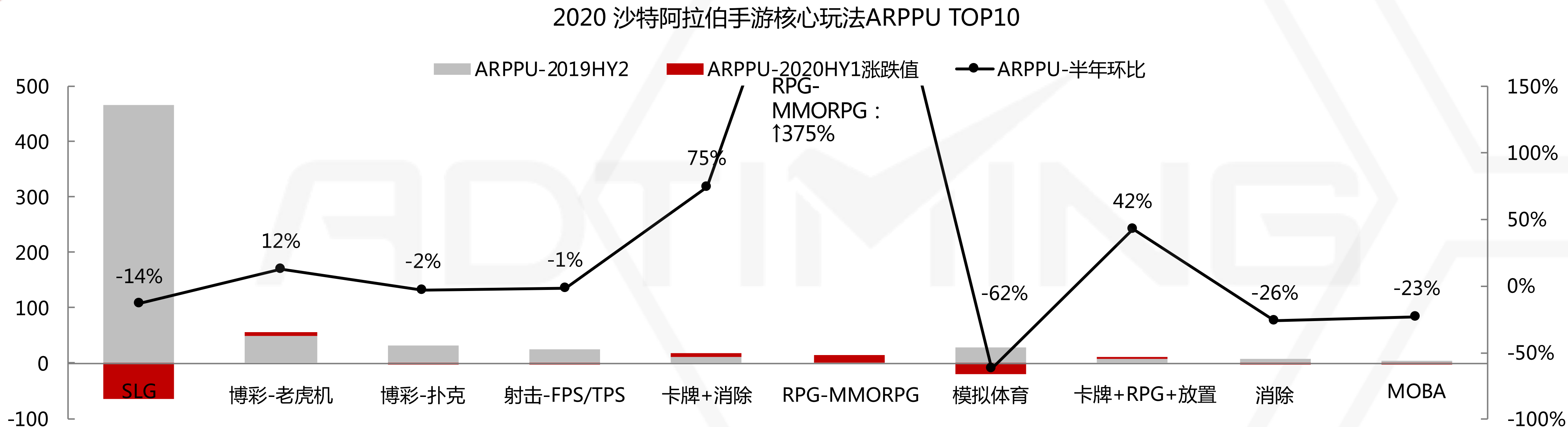


* 单位说明：IAP收入单位为美元（下同）

ADTIMING

SLG用户价值最高，MMORPG类ARPPU增速最高；扑克玩法ARPPU同比、环比缩水

SLG在沙特市场单个内购用户价值最高，在环比缩水14%的情况下，ARPPU体量依旧远超其它品类。位列SLG之后的博彩游戏则呈现同比缩水的、环比部分上行的态势——自2019年上半年起，博彩中的老虎机和扑克玩法在沙特地区ARPPU均呈下降趋势（前者ARPPU同比缩水46%、环比回升12%，后者ARPPU同比缩水44%、环比缩水2%）。同期RPG-MMORPG的ARPPU增势突出，在以《Final Fantasy XV: A New Empire》为首的游戏推动下，环比增长375%，同比增长260%。。



* 单位说明：ARPPU收入单位为美元（下同）

ADTIMING

《PUBG MOBILE》营收超2千万美金，稳居第一；莉莉丝营收能力大幅提高；桌游棋牌增长迅猛

BEST TIMING FOR ADS

在沙特市场，《PUBG MOBILE》吸金能力遥遥领先（上半年产生2117千万美金营收，并实现同比41%的增长）。

在SLG游戏营收缩水的大势下，《انتقام السلاطين》作为老款SLG游戏，虽然排名头部榜单第二，但是环比缩水6%、同比缩水42%；而莉莉丝发行的《Rise of Kingdoms》依然保持较强增速，前者环比增长14%、同比增长745%，吸金能力稳步提高。

值得一提的是桌游棋牌类游戏《Yalla Ludo》，该游戏跻身Top20榜单，并且实现了爆发式增长。

Rank	IAP Top20-SAU	Publisher	Game Core	Gameplay	IAP-2020HY1	环比	同比
1	PUBG MOBILE	Tencent Games	硬核	射击-FPS/TPS	21.17M	-1%	41%
2	انتقام السلاطين	ONEMT	硬核	SLG	8.49M	-6%	-42%
3	Rise of Kingdoms	Lilith Games	硬核	SLG	5.22M	14%	745%
4	Nida Harb 3	Babil Games	硬核	SLG	3.51M	4%	4%
5	Garena Free Fire	GARENA INTERNATIONAL	硬核	射击-FPS/TPS	2.96M	11%	17%
6	Invasion: Modern Empire	tap4fun	硬核	SLG	2.92M	-26%	-44%
7	Clash of Clans	Supercell	中核	SLG	2.52M	-8%	-5%
8	VIP بلوت	Tamatem Inc.	休闲	博彩-扑克	1.68M	-6%	32%
9	Call of Duty®	Activision Publishing	硬核	射击-FPS/TPS	1.55M	96%	-
10	Lords Mobile	IGG	硬核	SLG	1.54M	-22%	-41%
11	نداء الحرب 3 | حربية عالمية	Babil Games	硬核	SLG	1.52M	2%	1%
12	Mobile Legends: Bang Bang	Moonton	硬核	MOBA	1.5M	6%	16%
13	Mafia City	YottaGames	硬核	SLG	1.47M	177%	1460%
14	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	1.26M	160%	220%
15	Yalla Ludo	Aviva Sun	休闲	桌游棋牌	1.04M	9776%	59899%
16	8 Ball Pool	Miniclip	休闲	休闲运动	1.01M	8%	4%
17	Fortnite	Epic Games	硬核	射击-FPS/TPS	0.94M	-19%	-43%
18	Empires & Puzzles	Small Giant Games	中核	卡牌+消除	0.93M	-18%	-5%
19	State of Survival	KingsGroup Holdings	硬核	生存+SLG	0.83M	1948%	-
20	Conquerors: Golden Age	IGG	硬核	SLG	0.76M	-23%	-55%

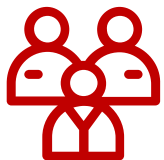
* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

2020上半年手游发展——T3地区

Chapter 7

T3重点提要：轻度游戏主导流量市场，生活模拟增长亮眼；中国出海游戏上榜数量较少



用户体量

1. T3地区均呈现以休闲、超休闲游戏主导市场的形态。
2. 在休闲游戏核度中，益智解谜在《Brain Out》、《Brain Test》的带动下成为各地区休闲游戏核度下用户体量最大的品类（除印度外，印度Top3 DAU品类分别为FPS/TPS、桌游棋牌、跑酷，市场表现较为特殊）。
3. 超休闲的用户在印尼及越南地区主要由io、生活模拟贡献，巴西、墨西哥地区用户则更偏好轻益智类游戏。
4. 除两印地区外，生活模拟在T3其它地区中均表现出亮眼的增长力。
5. 由于T3地区的用户体量主要由轻度游戏贡献，而中国厂商主要凭借中、硬核游戏出海，因此登上DAU Top20榜单的游戏较少，huaweiwei（悠游堂）的《Block Puzzle Jewel》是为数不多上榜的出海休闲游戏；沐瞳科技的硬核游戏《Mobile Legends: Bang Bang》则是在特定市场的推动下获得热度（源自印尼的全民热度推动）。

T3重点提要：中、硬核游戏主导营收市场；FPS/TPS和SLG付费价值高；中国出海游戏爆款多



付费能力

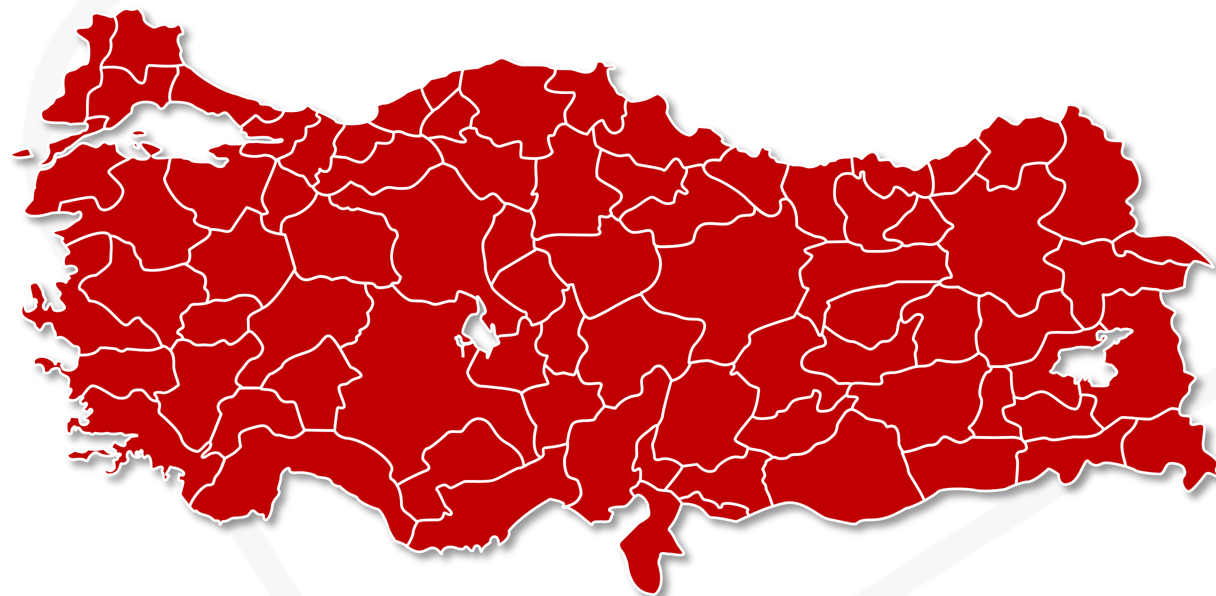
1. T3地区营收主要来自中、硬核游戏，以FPS/TPS和SLG这两类的贡献最为突出。
2. 巴西、墨西哥、两印地区用户对于FPS/TPS类游戏付费欲望最高，其中《Garena Free Fire》的表现最为亮眼，在多地IAP Top20榜单中排名前三。
3. 土耳其、越南两地的最大营收来源则是SLG，以《Rise of Kingdoms》为代表的游戏在这两地均展现出不俗的吸金能力。除印尼外（MOBA的ARPPU最高），SLG是T3地区内购用户价值最高的品类。
4. 在中国出海游戏厂商中，腾讯的FPS/TPS游戏《PUBG MOBILE》在多地头部IAP榜单Top3霸榜；莉莉丝的《Rise of Kingdoms》，IGG的《Lords Mobile》在是巴西、墨西哥、沙特多地最火的SLG游戏；沐瞳科技的MOBA手游《Mobile Legends: Bang Bang》，以及游族网络的《Saint Seiya Awakening》"卡牌+RPG"手游则分别在印尼、巴西两地展现出极强的吸金能力。

土耳其

01 土耳其呈现以休闲游戏为主导的市场形态。超休闲游戏下载量增幅高，潜力大；休闲游戏下载量稳步提升；中、硬核游戏流量池较小但稳定发展

02 流量主要来自以益智解谜为首的休闲游戏；FPS/TPS在土耳其广受欢迎；流量涨幅最大的品类是生活模拟

03 土耳其的市场营收主要由SLG、FPS/TPS等硬核游戏贡献；各头部博彩游戏下行趋势显著（最高降幅达43%）





GDP：2.3万亿美元



人口：8.4千万

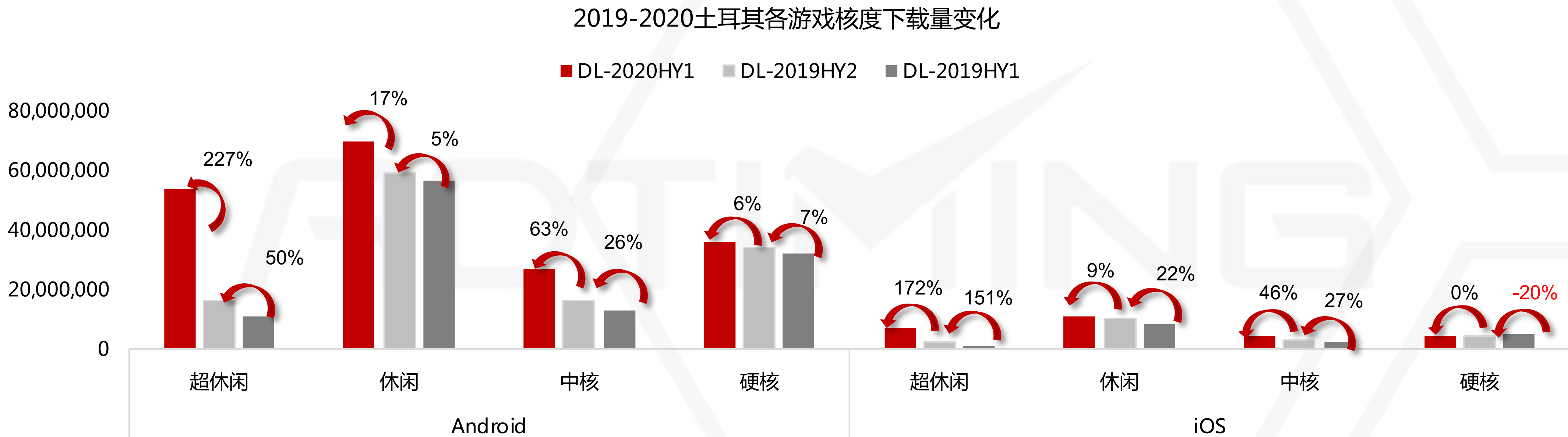


游戏营收：8.3亿美元

超休闲游戏下载量增长突出；休闲、中核游戏稳步上升；硬核游戏表现平平

2020年上半年，土耳其呈现以休闲游戏为主导的手游市场形态。整体下载量整体看涨，仅硬核游戏在iOS平台表现欠佳（环比未见浮动，同比缩水20%）。超休闲游戏涨势惊人（Android平台环比增长227%、同比上升389%，iOS平台环比增长172%、同比上升583%）。休闲、中核游戏均维持稳定上涨趋势（前者在Android平台环比增长17%、在iOS平台环比增长9%；后者在Android平台环比上浮63%、在iOS平台环比上涨46%）。

BEST TIMING FOR ADS

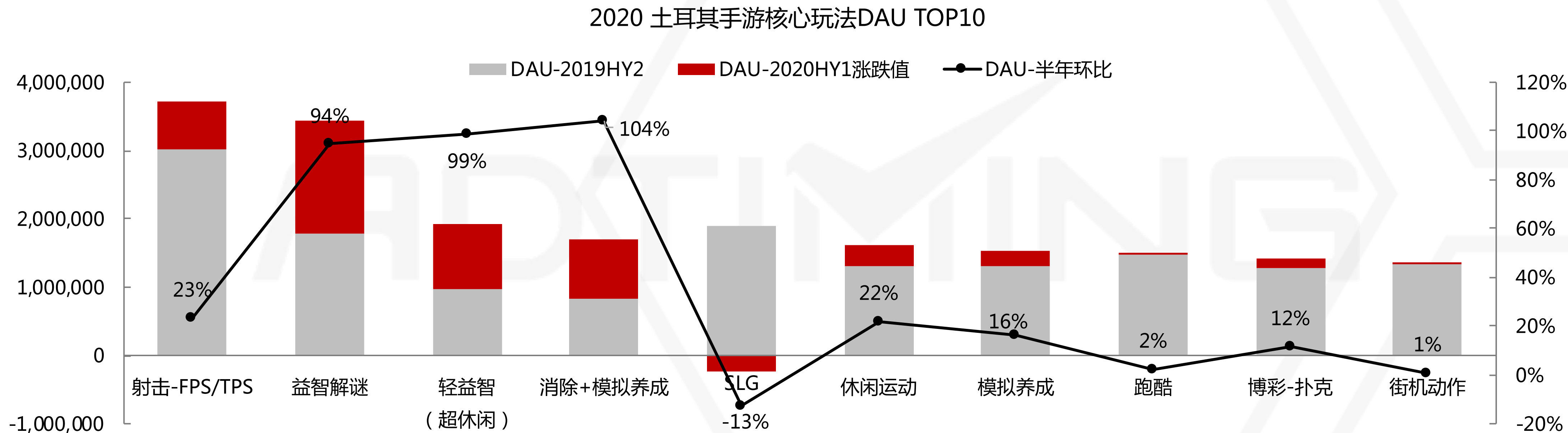


ADTIMING

FPS/TPS、益智解谜用户范围最广；轻益智和“消除+模拟养成”的DAU增速迅猛；仅SLG流量池缩水

2020年上半年FPS/TPS、益智解谜、轻益智是土耳其最受欢迎的游戏品类。超休闲游戏下载量激增主要源于轻益智用户体量上涨（DAU环比上涨达99%，以《Sand Balls》为例）。休闲游戏获客主要来自益智解谜（以《Brain Test》为代表）；中核游戏的上涨主要由“消除+模拟养成”及MOBA贡献（《Gardenscapes》）和《Brawl Stars》表现突出）。

BEST TIMING FOR ADS



ADTIMING

《Subway Surfers》在土耳其保持优势；《Brain Test》等休闲解谜游戏用户与日俱增

BEST TIMING FOR ADS

《Subway Surfers》作为上线较早的跑酷游戏，依旧霸占DAU榜首，且环比上涨10%。

《Words of Wonders》和中核游戏《Scary Teacher 3D》也是土耳其的热门益智解谜游戏。

FPS/TPS代表游戏《PUBG MOBILE》、《PUBG MOBILE LITE》、《Sniper 3D》虽保持头部优势但用户量级未见跃升。

Rank	DAU Top20-TUR	Publisher	Game Core	Gameplay	DAU-2020HY1	环比	同比
1	Subway Surfers	SYBO Games	休闲	跑酷	1.23M	10%	-5%
2	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	1.09M	165%	314%
3	PUBG MOBILE	Tencent Games	硬核	射击-FPS/TPS	960.09K	15%	-36%
4	101 YüzBir Okey Plus	Zynga	休闲	博彩-扑克	919.91K	11%	24%
5	Brain Test	Unico Studio	休闲	益智解谜	900.59K	1727%	-
6	Brawl Stars	Supercell	中核	MOBA	882.76K	42%	60%
7	Head Ball 2	Masomo Gaming	休闲	休闲运动	831.46K	20%	10%
8	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	824.27K	35%	2%
9	PUBG MOBILE LITE	Tencent Games	硬核	射击-FPS/TPS	809.85K	14%	-
10	8 Ball Pool	Miniclip	休闲	休闲运动	744.23K	29%	29%
11	Scary Teacher 3D	Z & K Games	中核	益智解谜	706.97K	1112%	2910%
12	Sniper 3D	Fun Games For Free	硬核	射击-FPS/TPS	704.15K	15%	-17%
13	Roblox	Roblox	硬核	沙盒	605.03K	3%	20%
14	Bus Simulator	Zuuks Games	休闲	模拟（其它）	595.76K	-36%	2004%
15	Red Ball 4	FDG Entertainment GmbH & Co.KG	休闲	街机动作	553.83K	34%	-1%
16	Rescue Cut	F.I.L Games	超休闲	轻益智	541.66K	356%	-
17	Clash of Clans	Supercell	中核	SLG	532.28K	-4%	2%
18	Words of Wonders	Fugo Games	休闲	益智解谜	522.24K	-1%	-21%
19	My Talking Tom	Outfit7	休闲	模拟养成	518.94K	21%	-13%
20	Sand Balls	SayGames	超休闲	轻益智	499.6K	-37%	-

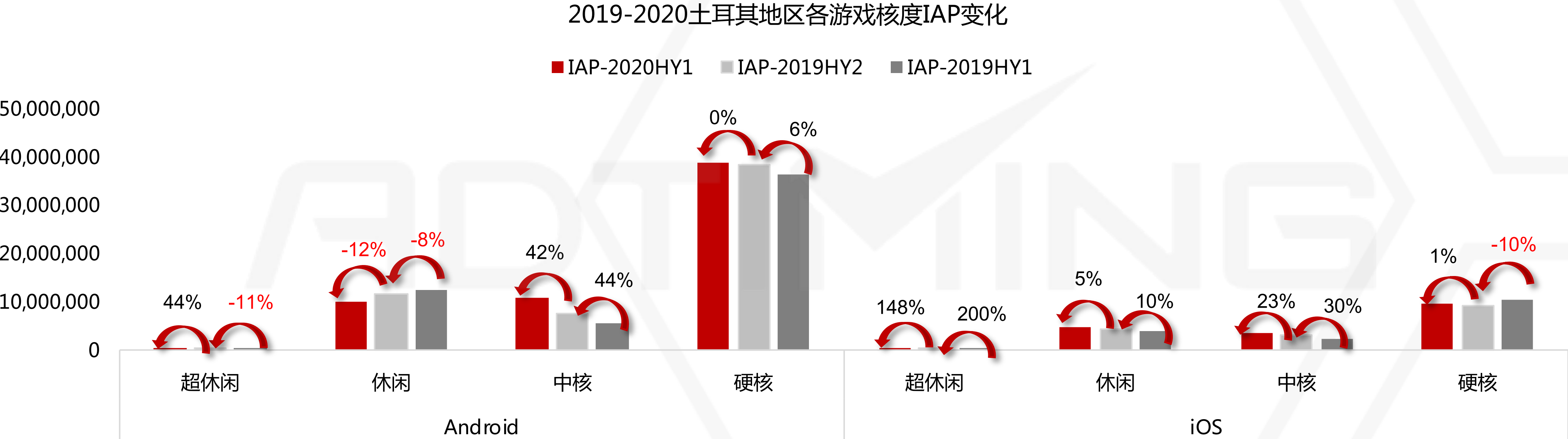
* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

超休闲、中核游戏吸金能力上浮明显；休闲游戏吸金能力减弱；硬核游戏涨势平平

BEST TIMING FOR ADS

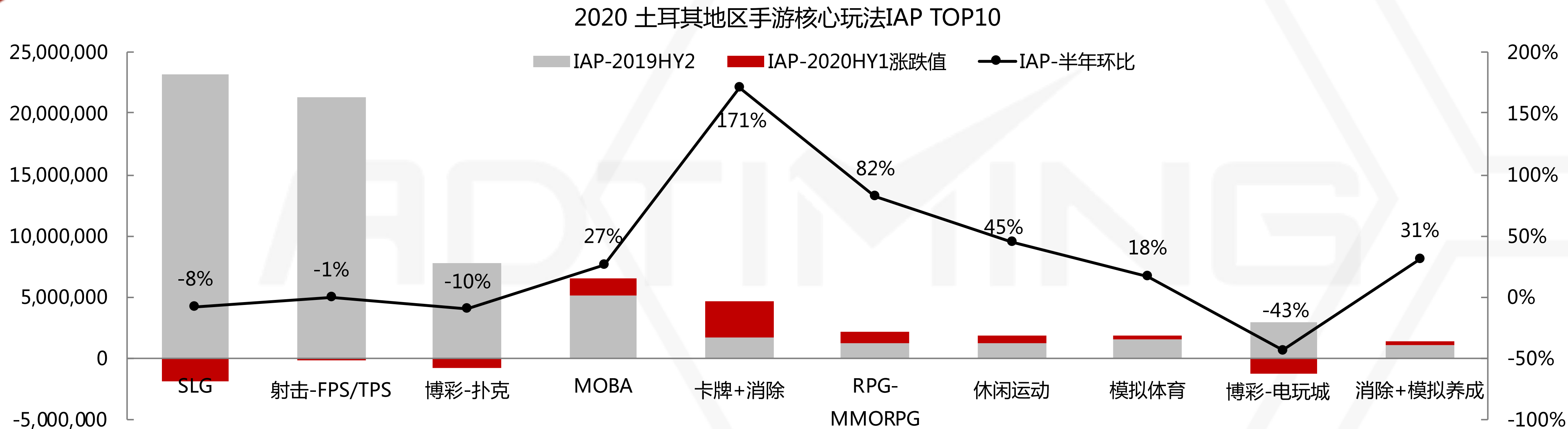
2020年上半年，休闲游戏在安卓平台营收能力连续跳水（环比下降12%、同比缩水19%），超休闲游戏营收能力增长突出（Android平台环比上浮44%，iOS平台环比上涨148%、同比上升643%）。中核游戏吸金能力稳步提高，Android平台环比上升42%，iOS平台环比上涨23%。硬核游戏营收占据游戏市场大部分份额，但涨势平平。



ADTIMING

SLG、FPS/TPS营收下降趋势明显；“消除+”、MMORPG营收跃升可观

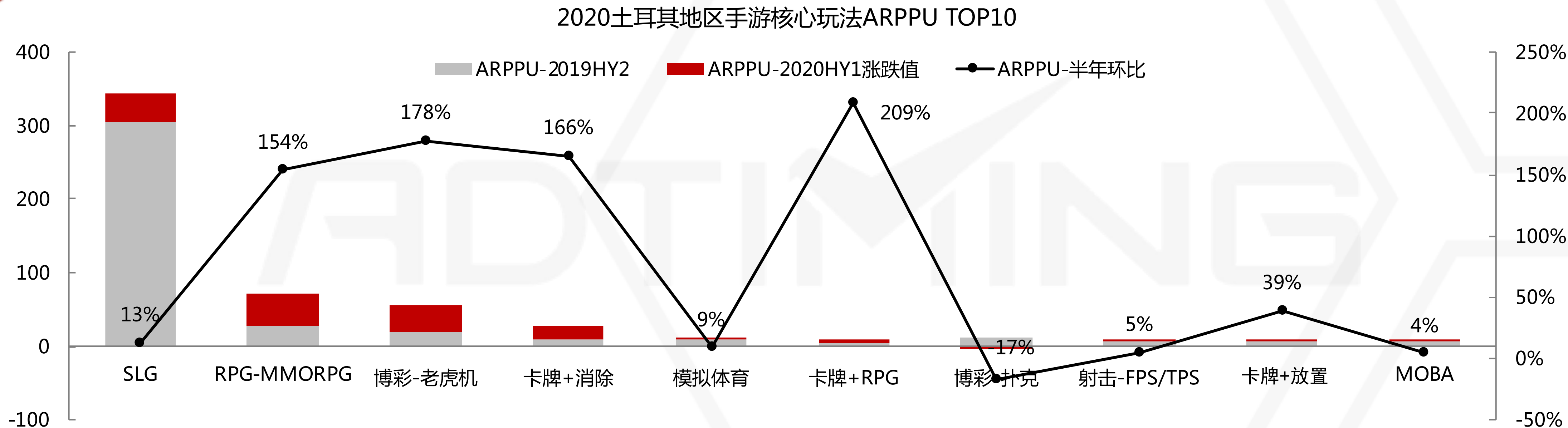
2020年上半年，土耳其营收能力较强的品类依旧为SLG、FPS/TPS和博彩-扑克，但其IAP均有不同程度缩水——从《PUBG MOBILE》（FPS/TPS）、《Game of Thrones》（SLG）、《101 YüzBir Okey Plus》（博彩-扑克）这三款头部游戏的表现可以从侧面印证出这一趋势。在融合品类大势所趋下，“消除+”的崛起不仅体现在用户量级上，其营收能力涨势同样可观（以《Empires & Puzzles》和《Gardenscapes》为代表）。此外，以《MapleStory M》为代表的MMORPG营收能力同样取得不小的跃升。



* 单位说明：IAP收入单位为美元（下同）

SLG用户价值一骑绝尘、“卡牌+”突飞猛进；扑克单个用户价值出现缩水

土耳其SLG ARPPU普遍远高于其它所有游戏品类，且呈缓慢爬坡趋势，客户价值较高。ARPPU值涨幅排名前三的品类为“卡牌+RPG”（以《Hero Wars 》为例）、老虎机（如《Lightning Link Slots》）、“卡牌+消除”（以《Empires & Puzzles》为代表）。由此可见2020年上半年，融合品类的用户价值也在逐步提高。ARPPU前十品类中，仅扑克出现环比缩水的状态（缩水17%）。



* 单位说明：ARPU收入单位为美元（下同）

ADTIMING

IAP Top20 游戏大部分呈缩水状态；《Empires & Puzzles》强势进驻营收榜

BEST TIMING FOR ADS

和2019年下半年相比，2020年上半年IAP榜单大部分游戏营收均表现出不同程度的缩水。

除前述游戏外，《Lords Mobile》、《Game of Sultans》、《Clash of Kings》等SLG营收走低趋势显著。

与之相反的是，“卡牌+消除”游戏《Empires & Puzzles》在玩法变得更为成熟之后，2020持续受到市场追捧，产生环比171%的增长、同比620%的增长。

Rank	IAP Top20-TUR	Publisher	Game Core	Gameplay	IAP-2020HY1	环比	同比
1	PUBG MOBILE	Tencent Games	硬核	射击-FPS/TPS	18.77M	-3%	6%
2	Game of Thrones	Warner Bros.	硬核	SLG	5.97M	-1%	290%
3	101 YüzBir Okey Plus	Zynga	休闲	博彩-扑克	4.91M	-5%	-14%
4	Empires & Puzzles	Small Giant Games	中核	卡牌+消除	4.72M	171%	620%
5	Brawl Stars	Supercell	中核	MOBA	3.75M	85%	160%
6	Lords Mobile	IGG	硬核	SLG	2.91M	-1%	-18%
7	Mobile Legends: Bang Bang	Moonton	硬核	MOBA	2.81M	-11%	23%
8	Game of Sultans	Mechanist	硬核	SLG	2.68M	-31%	-70%
9	Clash of Clans	Supercell	中核	SLG	1.78M	-7%	-4%
10	Fun 101 Okey	Fast Game	休闲	博彩-电玩城	1.68M	-43%	-8%
11	Rise of Kingdoms	Lilith Games	硬核	SLG	1.65M	105%	71%
12	Days of Empire	ONEMT	硬核	SLG	1.65M	-4%	-23%
13	Okey Plus	Zynga	休闲	桌游棋牌	1.43M	-1%	-12%
14	Head Ball 2	Masomo Gaming	休闲	休闲运动	1.27M	62%	7%
15	Garena Free Fire: Rampage	GARENA INTERNATIONAL	硬核	射击-FPS/TPS	1.2M	-7%	21%
16	MapleStory M	NEXON	硬核	RPG-MMORPG	1.1M	67%	631%
17	Çanak Okey Plus	Zynga	休闲	博彩-扑克	1.1M	14%	-9%
18	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	1.07M	60%	184%
19	Clash of Kings	Elex Wireless	硬核	SLG	1.04M	-38%	-50%
20	Zynga Poker	Zynga	休闲	博彩-扑克	0.99M	-40%	-57%

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

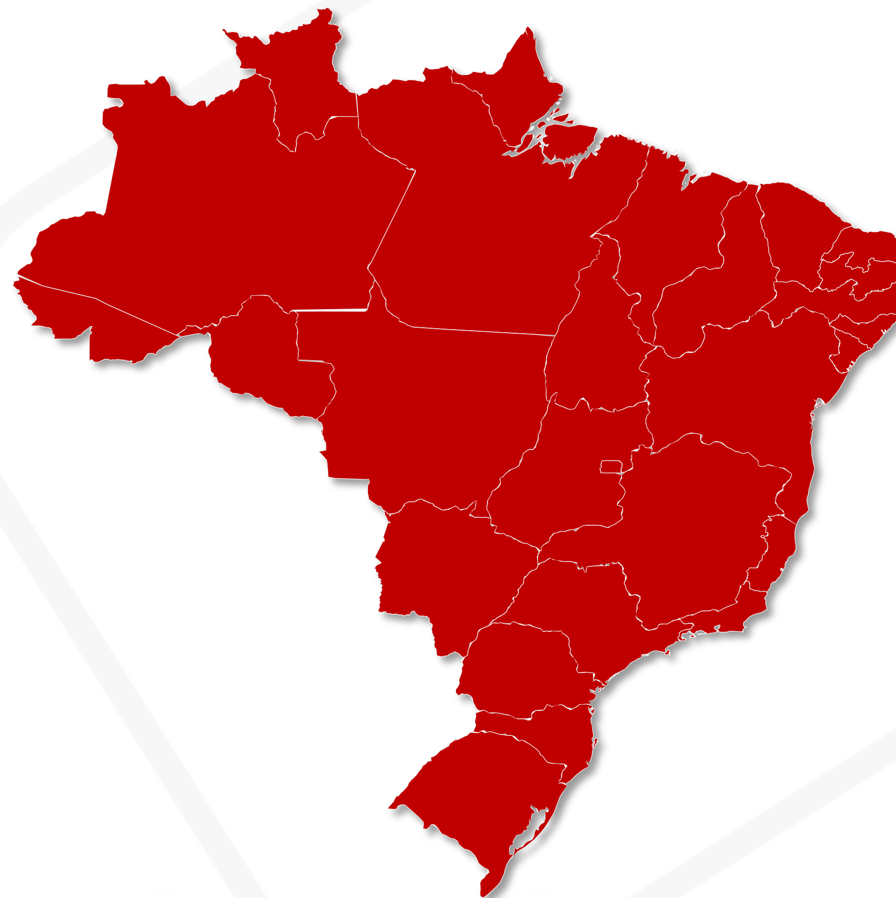
ADTIMING

巴西

01 巴西呈现以超休闲、休闲游戏主导的市场形态，Android市场用户体量呈压倒性优势；中核手游用户增长较快，超休闲iOS增势放缓

02 生活模拟、益智解谜增幅可观，FPS/TPS最吸量；市场整体用户体量普遍实现正增长

03 FPS/TPS吸金能力最强，保持正增长；中核SLG、消除、MOBA、 “TCG+养成交互AR”用户付费能力减弱





GDP：3.3万亿美元



人口：2.1亿

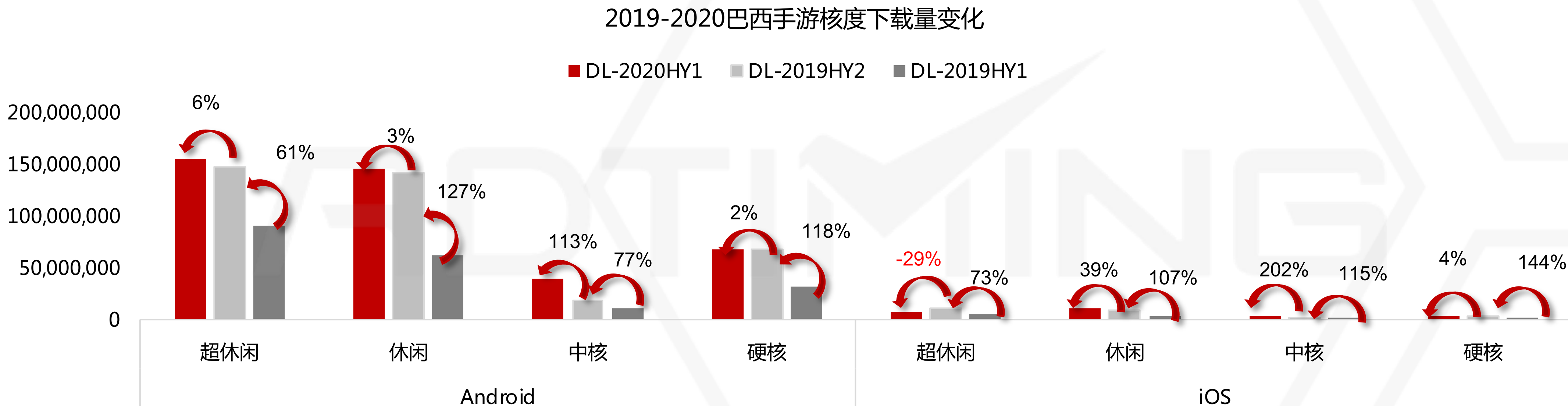


游戏营收：16亿美元

ADTIMING

巴西中核游戏下载量增幅最大，超休闲游戏iOS平台增势放缓

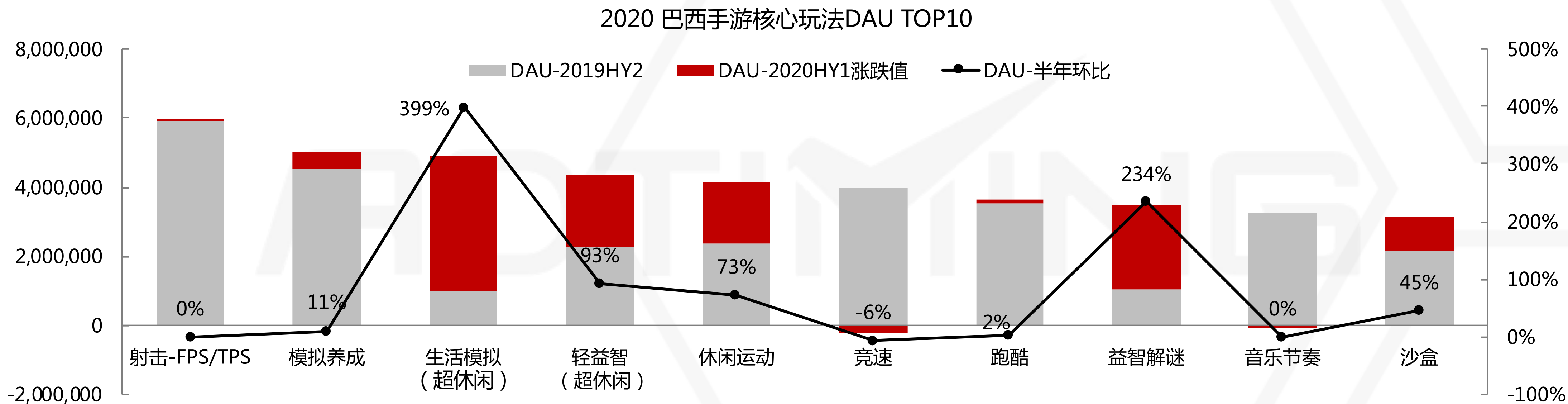
巴西整体呈现以超休闲、休闲游戏为主的市场形态。截至2020年上半年，除超休闲外，在双平台均实现连续正增长。其中，中核游戏的下载量在2020年上半年增速最快（Android平台上行113%、iOS平台上行202%）。超休闲下载量在iOS平台环比缩水29%（同比上升23%），从侧面反映出该平台超休闲流量触顶、竞争加剧的市场形态。另外，在巴西手游市场中，Android平台的下载量远超iOS。



ADTIMING

射击-FPS/TPS、模拟养成、生活模拟拥有最大用户体量，休闲游戏普遍正增长

射击-FPS/TPS、模拟养成、生活模拟为2020年上半年巴西的获客主力。休闲游戏的获客增长主要来自益智解谜这一环比增速达234%的品类（如《Brain Out》）、实现环比11%稳步上浮的模拟养成（以DAU榜单排名第6的《Pou》为例）、以及靠榜首爆款《8 Ball Pool》推动的休闲运动品类。超休闲游戏的主力获客品类生活模拟环比增速最快，达399%，且主要以量取胜（并无爆款游戏跻身DAU Top20）、轻益智（以《Dig This!》为代表）则实现93%的环比正增长。在头部产品的支撑下，射击-FPS/TPS的DAU总体量保持不变（《Garena Free Fire》和《Sniper 3D》分别排名流量榜第2、5）。



ADTIMING

DAU Top20以休闲游戏为主导，模拟养成热度依然

BEST TIMING FOR ADS

DAU Top20榜单中，休闲游戏占了9款之多。《8 Ball Pool》作为休闲运动游戏，实现环比90%和同比75%正增长，最为吸量。

在轻益智品类中，2019年中旬发布的《Dig This!》表现尤为亮眼（DAU同比上涨36115%，环比上涨91%），成为排名第13的游戏。

模拟养成品类游戏表现亮眼。中核领域中，Playrix旗下两款“消除+模拟养成”游戏DAU涨幅明显。休闲领域内，像《My Talking Tom 2》、《My Talking Angela》、《Pou》这类模拟养成游戏也各自收获了上百万的活跃用户。

Rank	DAU Top20-BRA	Publisher	Game Core	Gameplay	DAU-2020HY1	环比	同比
1	8 Ball Pool	Miniclip	休闲	休闲运动	3.31M	90%	75%
2	Garena Free Fire	GARENA INTERNATIONAL	硬核	射击-FPS/TPS	3.12M	-3%	-28%
3	Subway Surfers	SYBO Games	休闲	跑酷	2.93M	5%	13%
4	Roblox	Roblox Corporation	硬核	沙盒	1.61M	20%	13%
5	Sniper 3D	Fun Games For Free	硬核	射击-FPS/TPS	1.6M	28%	4%
6	Pou	Zakeh	休闲	模拟养成	1.53M	-2%	-23%
7	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	1.43M	63%	227%
8	Hunter Assassin	Ruby Game Studio	休闲	射击-动作射击	1.38M	972%	-
9	Magic Tiles 3	AMANOTES	休闲	音乐节奏	1.33M	2%	36%
10	Johnny Trigger	SayGames	超休闲	射击-动作射击	1.18M	3812%	-
11	My Talking Tom 2	Outfit7	休闲	模拟养成	1.18M	15%	-11%
12	My Talking Angela	Outfit7	休闲	模拟养成	1.12M	2%	-10%
13	Dig This!	Raketspel	超休闲	轻益智	1.07M	91%	36115%
14	Tiles Hop	AMANOTES	超休闲	音乐节奏	1.07M	-18%	-9%
15	PK XD	PlayKids	休闲	模拟（其它）	1.04M	264%	-
16	Brain Out	Focus apps	休闲	益智解谜	1.01M	734%	-
17	Minecraft Trial	Mojang	硬核	沙盒	994.87K	21%	-13%
18	Fishdom	Playrix	中核	消除+模拟养成	990.6K	260%	487%
19	Sand Balls	SayGames	超休闲	轻益智	919.05K	-41%	-
20	slither.io	Lowtech Studios	超休闲	io	901.7K	31%	-20%

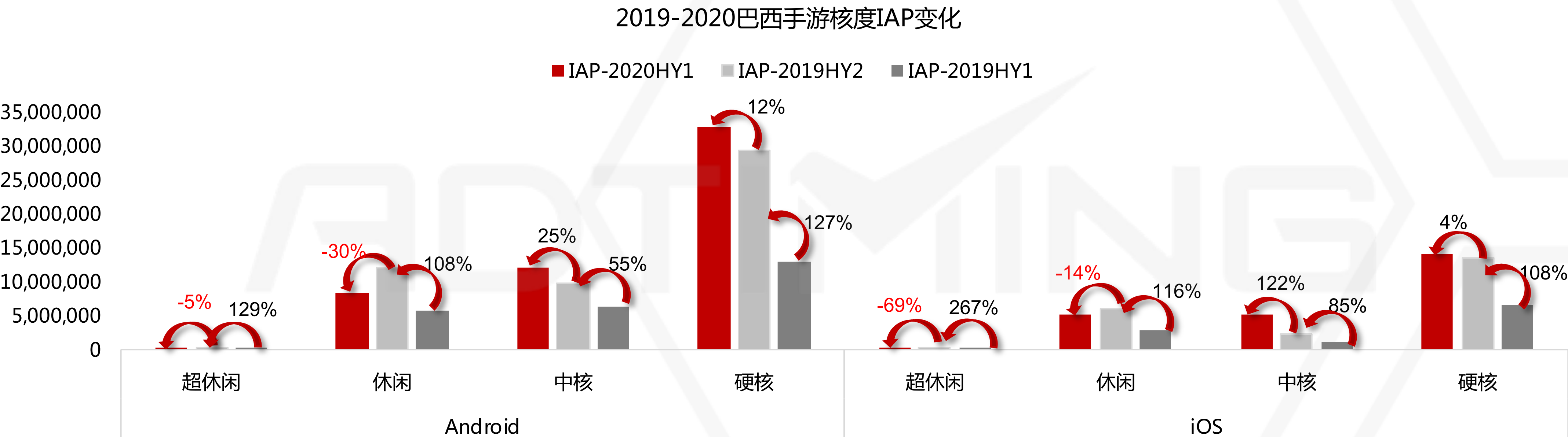
* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

休闲、超休闲游戏用户付费能力环比缩水、同比上涨；中核、硬核游戏在双平台稳定增长

硬核游戏主导巴西手游付费市场。2020年上半年，Android平台和iOS平台超休闲游戏环比缩水分别达5%、69%；休闲游戏用户付费能力环比缩水分别为30%、14%（但双平台的超休闲和休闲游戏虽实现了同比正增长），这反映出轻度游戏在巴西市场的吸金能力在近期内有一定下降，但总体保持呈上行态势。反观中核、硬核游戏，双平台的IAP体量均呈持续上行态势。其中，硬核游戏在Android平台的同比增速（153%）高于iOS平台（116%），而中核游戏则在iOS平台实现同比更大增长（310%）。

BEST TIMING FOR ADS

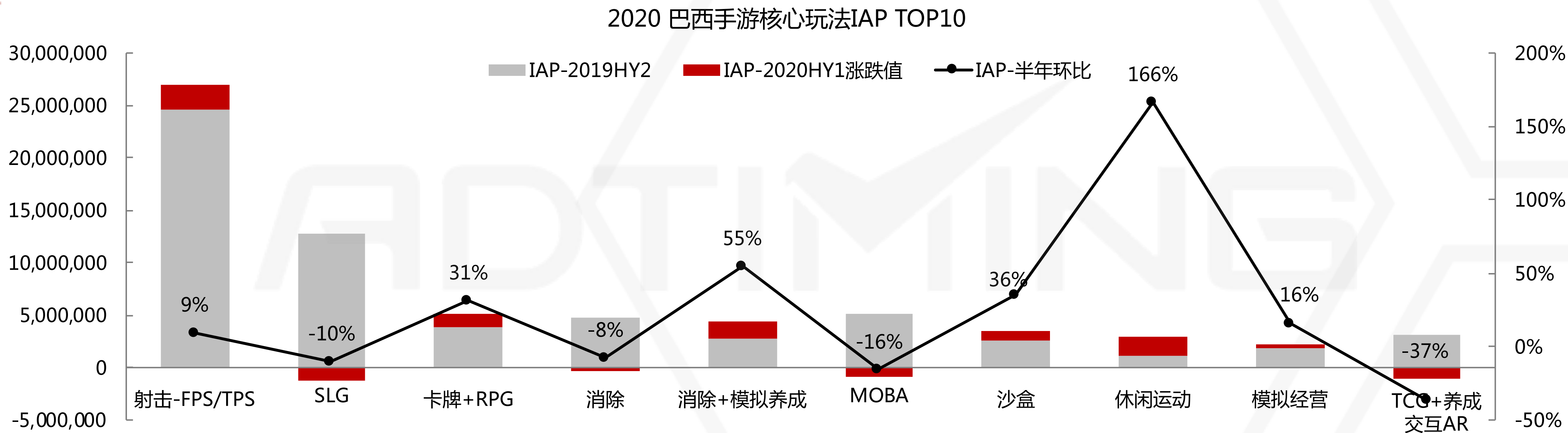


ADTIMING

射击-FPS/TPS在巴西最吸金且实现正增长，中核SLG游戏用户付费能力减退

2020年上半年，射击-FPS/TPS这一硬核游戏是巴西的吸金之王，贡献688万美金的IAP收入，用户付费能力在持续增强（环比上涨9%、同比上涨17%），其代表游戏《Garena Free Fire》IAP收入体量远超其它游戏，排名第一。沙盒这一硬核游戏品类位列IAP Top10，并产生36%的环比增长（以《Roblox》为代表）。中核SLG（以《Clash Royale》、《Clash of Clans》为例）的IAP Top20游戏的吸金能力呈环比负增长，而头部硬核SLG游戏如《Rise of Kingdoms》则收获IAP环比正增长407%、同比增长463%的亮眼表现，说明中核SLG玩家付费能力的衰退或是导致SLG用户付费能力减弱的主要因素之一。

BEST TIMING FOR ADS

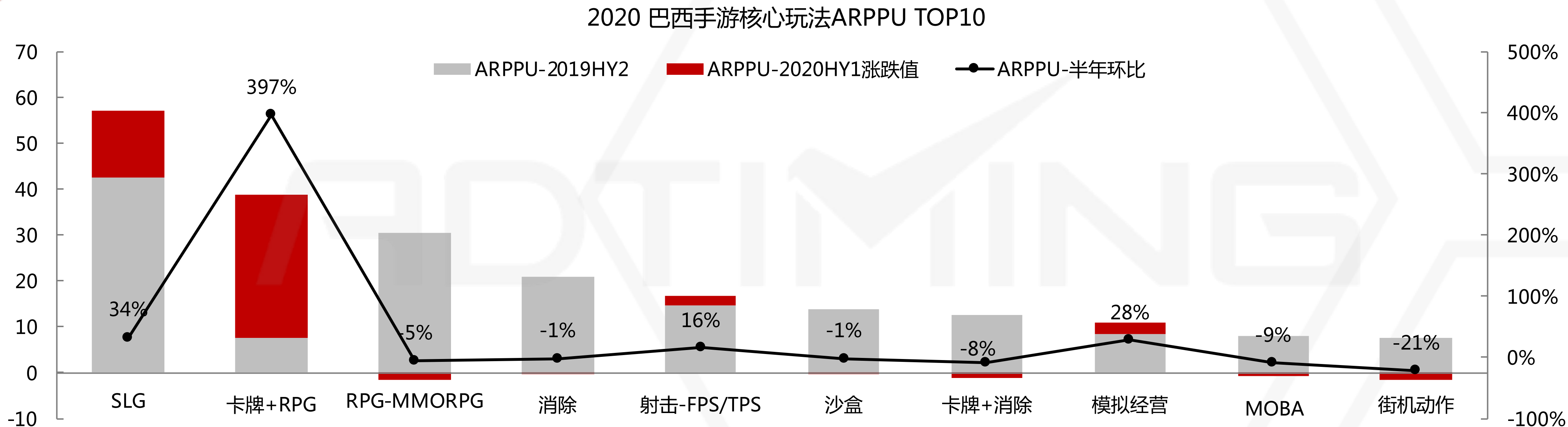


* 单位说明：IAP收入单位为美元（下同）

ADTIMING

SLG用户价值稳定最高，且持续增长；“卡牌+RPG”这一融合玩法实现最块增速

在2020年上半年的巴西市场，SLG游戏的用户价值保持最高，环比上行34%（以《阿瓦隆之王》为主的游戏贡献单个付费用户价值增长）。而卡牌+RPG这一融合玩法的ARPPU在《Saint Seiya Awakening》（排名ARPPU 第一，环比增长23%，同比增长100%）等游戏的带动下，实现最快397%的环比增长，成为用户价值仅次于SLG游戏品类。



* 单位说明：ARPPU收入单位为美元（下同）

ADTIMING

IAP Top20中《Garena Free Fire》蝉联冠军，上半年游戏营收近2千万；游族网络增长迅猛

BEST TIMING FOR ADS

2019年至今，《Garena Free Fire》在巴西吸金能力稳居榜首，2020年上半年狂揽1982万美金的营收；《Call of Duty》也跻身榜单Top3，可见是头部游戏有效支撑起了硬核射击-FPS/TPS品类在巴西地区的吸金能力。

2019年下半年游族网络发布《Saint Seiya Awakening》，这一IP游戏迅速成为巴西地区用户付费能力最强的硬核"卡牌+RPG"游戏，产生超400万的IAP，是推高"卡牌+RPG"这一融合玩法营收的主要助力。

Rank	IAP Top20-BRA	Publisher	Game Core	Gameplay	IAP-2020HY1	环比	同比
1	Garena Free Fire	GARENA INTERNATIONAL	硬核	射击-FPS/TPS	19.82M	-1%	2%
2	Saint Seiya Awakening	YOUZU(SINGAPORE)	硬核	卡牌+RPG	4.43M	16%	-
3	Call of Duty®	Activision Publishing	硬核	射击-FPS/TPS	4.17M	232%	-
4	Rise of Kingdoms	Lilith Games	硬核	SLG	3.71M	470%	463%
5	Roblox	Roblox Corporation	硬核	沙盒	3.09M	33%	86%
6	8 Ball Pool	Miniclip	休闲	休闲运动	2.99M	166%	188%
7	Brawl Stars	Supercell	中核	MOBA	2.68M	-21%	-45%
8	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	2.65M	65%	134%
9	Lords Mobile	IGG	硬核	SLG	2.38M	-39%	-43%
10	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	2.23M	-7%	-19%
11	PUBG MOBILE	Tencent Games	硬核	射击-FPS/TPS	2.03M	-18%	-21%
12	Pokémon GO	Niantic	中核	TCG+养成交互AR	1.98M	-37%	-10%
13	Clash Royale	Supercell	中核	SLG	1.95M	-52%	-46%
14	Clash of Clans	Supercell	中核	SLG	1.63M	-27%	-30%
15	Mobile Legends: Bang Bang	Moonton	硬核	MOBA	1.32M	0%	26%
16	eFootball PES 2020	KONAMI	中核	模拟体育	1.18M	145%	135%
17	Praia Bingo	Pipa Games	休闲	博彩-乐透	1.18M	-4%	-12%
18	Empires & Puzzles	Small Giant Games	中核	卡牌+消除	1.13M	-14%	1%
19	Avakin Life – 3D Virtual World	Lockwood Publishing	中核	模拟养成	974.84K	-12%	-2%
20	Fishdom	Playrix	中核	消除+模拟养成	953.86K	101%	121%

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用"-"表示。

ADTIMING

墨西哥



01 墨西哥手游市场由休闲游戏主导；中核游戏下载量增速快、潜力大；超休闲、硬核游戏增势放缓

02 FPS/TPS、益智解谜、街机动作在墨西哥最受欢迎；益智解谜、生活模拟类游戏潜力大、增长快

03 以纯消除为代表的休闲游戏吸金能力略有缩水；中核与硬核游戏IAP量级稳步增长，FPS/TPS是吸金之王，“模拟养成+”IAP正增长



GDP：2.5万亿美元



人口：1.3亿



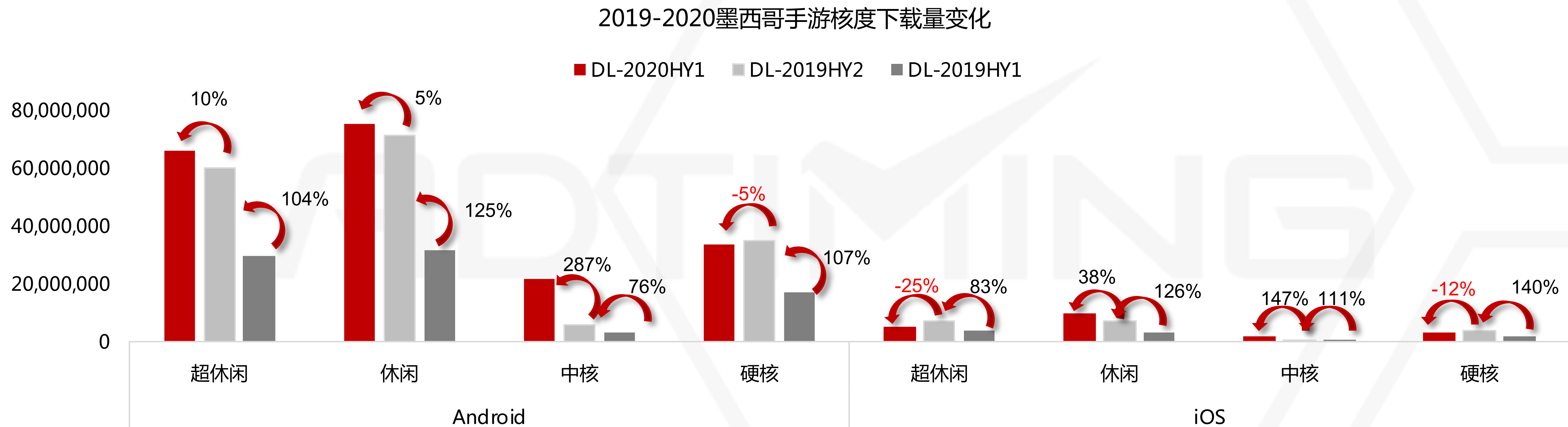
游戏营收：18亿美元

ADTIMING

墨西哥中核游戏下载量增速最快；超休闲、硬核游戏增势放缓

墨西哥整体呈现以休闲游戏为主导的手游市场形态。和2019年下半年相比，中核游戏的下载量产生最快增长（Android平台环比上行287%，iOS平台环比上行147%）。同比2019年上半年，超休闲和硬核游戏在双平台获客体量有所上升，但环比2019下半年，超休闲的下载量在iOS平台缩水25%；硬核游戏在Android和iOS平台也分别环比缩水5%和12%，从侧面反映出超休闲游戏、硬核游戏的增势正在放缓。另外，墨西哥手游市场中流量集中于Android平台。

BEST TIMING FOR ADS

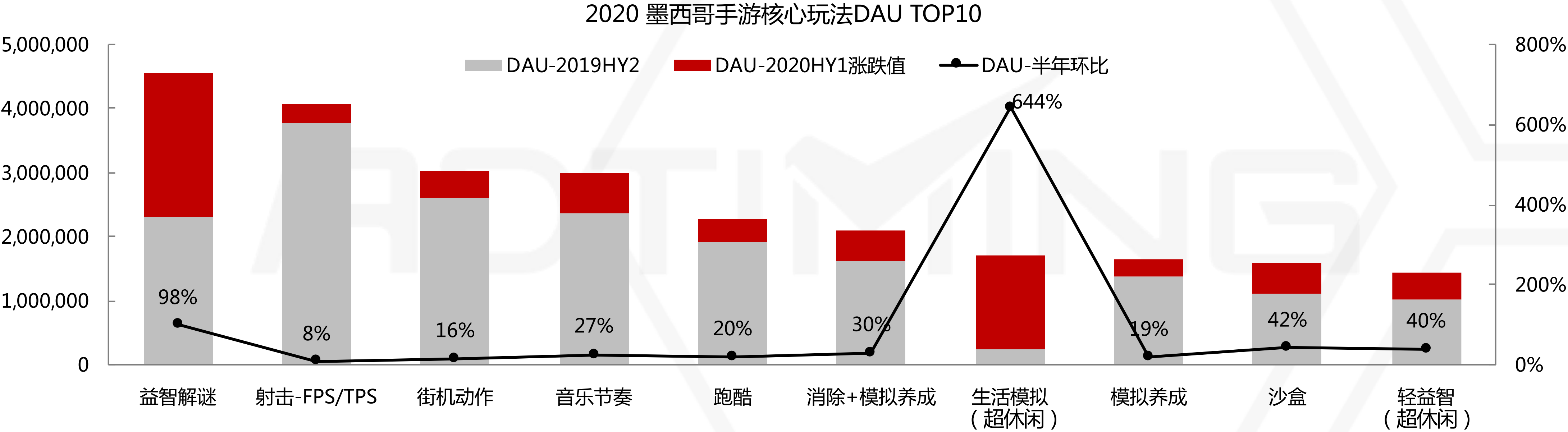


ADTIMING

益智解谜、射击-FPS/TPS、街机动作在墨西哥用户体量排名前三；生活模拟类游戏增速最快

墨西哥DAU Top10品类游戏的用户体量整体上涨。益智解谜、射击-FPS/TPS、街机动作这三类游戏是当地获客的主力。休闲游戏的获客主要来自益智解谜（如《Brain Test》）、街机动作（如《Zombie Tsunami》）、模拟养成（以《Pou》为例）、跑酷（如老游《Subway Surfers》）。硬核射击-FPS/TPS在《Garena Free Fire》（排名第一）等头部游戏的支撑下，实现下载量稳定增长8%。超休闲的主力获客品类轻益智环比上涨40%、生活模拟则达成环比最大增长（644%），这两类游戏并无爆款跻身DAU Top20，主要“以量取胜”。

BEST TIMING FOR ADS



ADTIMING

老牌射击、跑酷类游戏稳当“顶流” ；DAU头部榜单未见中国厂商身影

BEST TIMING FOR ADS

《Garena Free Fire》作为2020年上半年最吸量的游戏，在用户体量略有缩水的情况下（环比下降9%，同比下降11%），实现173万DAU。

排名第二的老牌跑酷游戏《Subway Surfers》的用户体量保持增长（环比上行5%，同比上行12%）。

《Brain Out》、《Brain Test》作为新晋游戏表现突出，分别收获61万和58万的日活用户体量，增长迅猛。

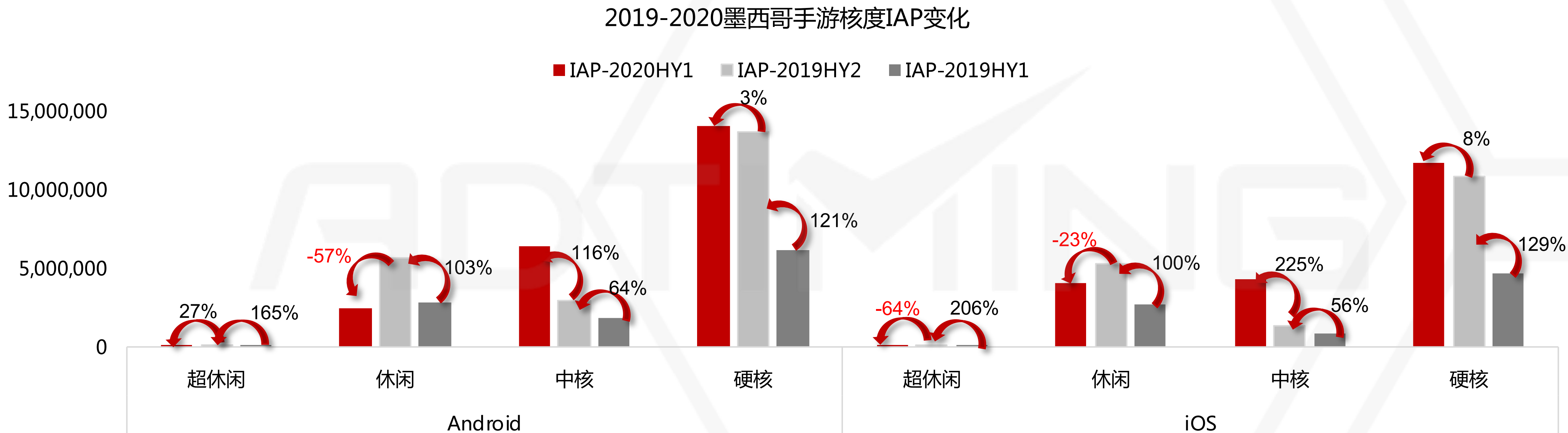
Rank	DAU Top20-MEX	Publisher	Game Core	Gameplay	DAU-2020HY1	环比	同比
1	Garena Free Fire	GARENA INTERNATIONAL	硬核	射击-FPS/TPS	1.73M	-9%	-11%
2	Subway Surfers	SYBO Games	休闲	跑酷	1.62M	5%	12%
3	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	1.06M	69%	179%
4	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	924.33K	43%	12%
5	Sniper 3D	Fun Games For Free	硬核	射击-FPS/TPS	879.26K	13%	8%
6	Tiles Hop	AMANOTES	超休闲	音乐节奏	843.08K	-11%	48%
7	Pou	Zakeh	休闲	模拟养成	837.67K	1%	-16%
8	Roblox	Roblox Corporation	硬核	沙盒	792.4K	26%	35%
9	Plants vs. Zombies FREE	ELECTRONIC ARTS	休闲	塔防	774.6K	-2%	-12%
10	Zombie Tsunami	Mobigame S.A.R.L.	休闲	街机动作	751.74K	5%	21%
11	Magic Tiles 3	AMANOTES	休闲	音乐节奏	732.2K	27%	53%
12	Geometry Dash Lite	RobTop Games	休闲	街机动作	704.99K	11%	-2%
13	Fun Race 3D	Good Job Games	超休闲	竞速	691.94K	-50%	3699%
14	Johnny Trigger	SayGames	超休闲	射击-动作射击	691.45K	5803%	-
15	Call of Duty®	Activision Publishing	硬核	射击-FPS/TPS	676.86K	26%	-
16	Brain Out	Focus apps	休闲	益智解谜	609.91K	605%	-
17	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	590.04K	-20%	46%
18	Brain Test	Unico Studio	休闲	益智解谜	577.11K	12752%	-
19	Sonic Dash	SEGA	休闲	跑酷	566.56K	55%	57%
20	My Talking Tom 2	Outfit7	休闲	模拟养成	537K	28%	9%

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

中核与硬核游戏IAP量级稳步增长，中核涨势更猛；休闲游戏用户付费能力缩水

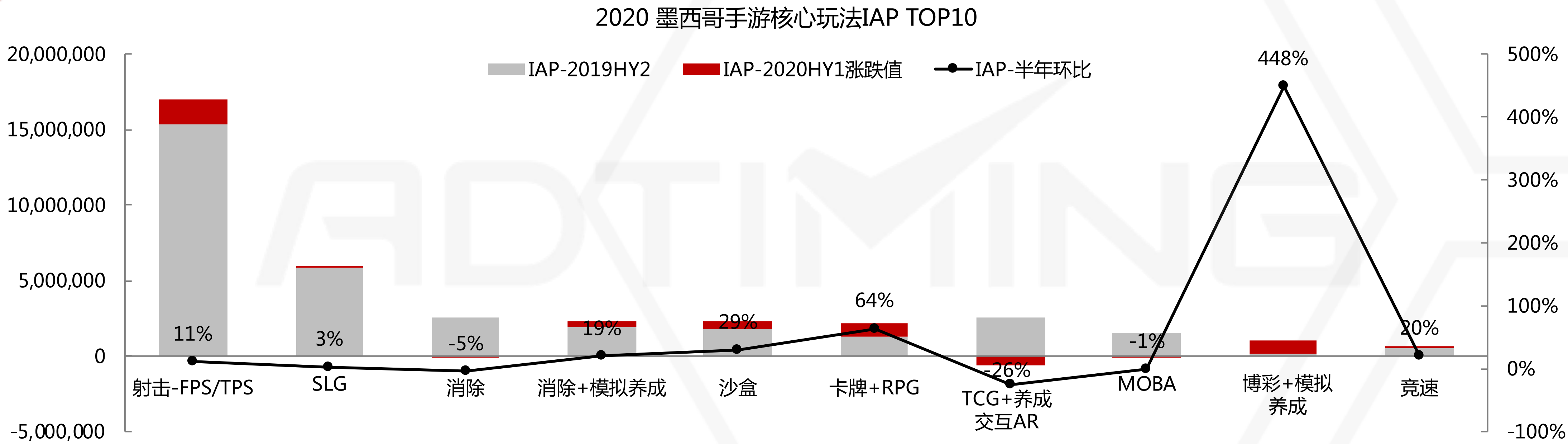
2020年上半年，硬核游戏主导墨西哥的手游付费市场。硬核游戏在双平台平台实现连续正增长（Android环比上浮3%、同比增长128%，iOS则达成8%的环比增长和148%的同比增幅）。中核游戏的IAP在2020年上半年产生最快增长（Android平台环比上行116%、iOS平台环比增长225%）。相比之下，双平台的休闲游戏（Android环比下跌57%、iOS环比下跌23%）、以及iOS平台的超休闲游戏（环比下跌64%）用户付费能力在小幅缩水。



ADTIMING

射击-FPS/TPS是吸金之王；“模拟养成+”IAP普遍增强；消除、“TCG+养成交互AR”营收缩水

2020年上半年，射击-FPS/TPS稳居墨西哥吸金榜单首位，贡献近1700万美金的IAP收入，用户付费能力在持续增强（环比上涨11%、同比上涨26%，代表游戏《Garena Free Fire》、《Call of Duty》、《PUBG MOBILE》表现亮眼）。在休闲游戏环比下降的趋势中，消除（代表游戏《Candy Crush Saga》）、“TCG+养成交互AR”（爆款《Pokémon GO》）的IAP环比负增长，变相削弱了休闲游戏的吸金能力。对于融合玩法，结合消除和博彩的“模拟养成+”游戏营收环比上行（分别达19%和448%），“卡牌+RPG”环比增长64%。

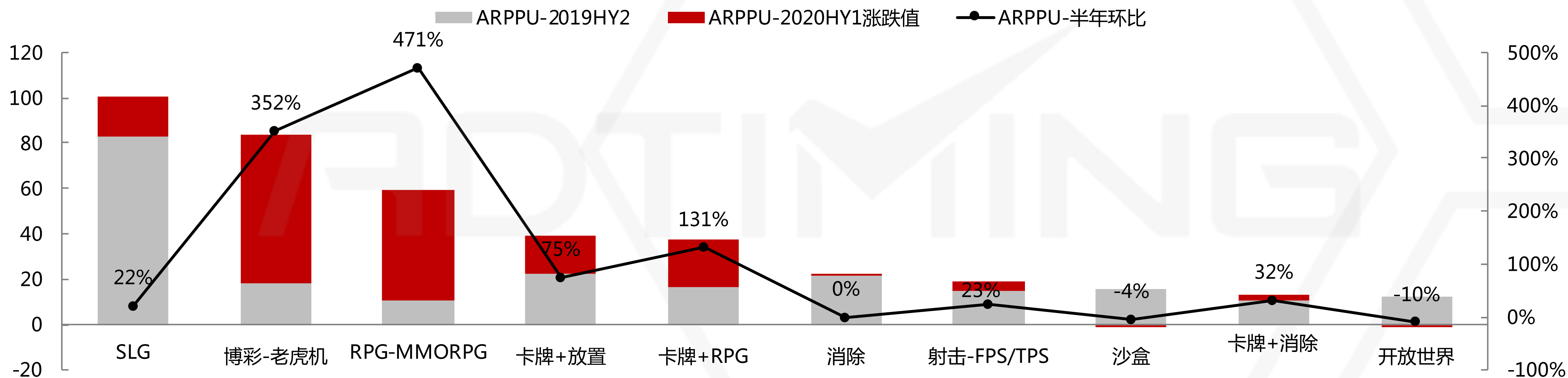


* 单位说明：IAP收入单位为美元（下同）

ADTIMING

SLG的ARPPU最高；老虎机、MMORPG在墨西哥享有最高增速；“卡牌+”用户价值潜力大

在2020年上半年的墨西哥市场，SLG用户价值保持最高，环比上行22%。博彩-老虎机（如《Slotomania Vegas Casino Slots》、《Big Fish Casino》）、RPG-MMORPG（如《Final Fantasy XV》）的用户价值环比增幅分别达352%、471%。“卡牌+”这一品类在2020年上半年斩获ARPPU Top10的三个席位——“卡牌+放置”（如《Battle Warship》）、“卡牌+RPG”（如《Saint Seiya Awakening》）、“卡牌+消除”（如《Empires & Puzzles》），潜力巨大。



* 单位说明：ARPPU收入单位为美元（下同）

ADTIMING

硬核射击-FPS/TPS类游戏贡献主要IAP收入；中国出海厂商占领多样化品类赛道

BEST TIMING FOR ADS

《Garena Free Fire》最吸金，IAP同比增长4%，2020年上半年产生超900万美金的亮眼成绩。《Call of Duty》、《PUBG MOBILE》（腾讯）作为排名2、3的硬核射击-FPS/TPS类游戏共贡献近600万美金的IAP收入。

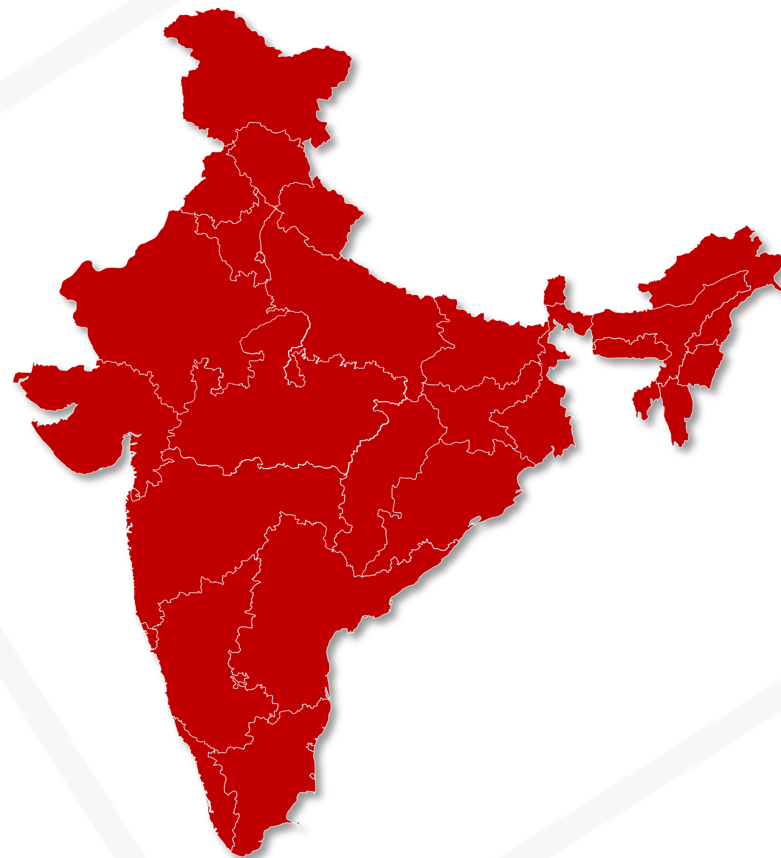
在墨西哥IAP榜单中，中国出海厂商大多凭借中重度游戏上榜。发行《Rise of Kingdoms》的莉莉丝、《Lords Mobile》的IGG与SLG大厂Supercell并驾齐驱；而发行《Saint Seiya Awakening》的游族网络和发行《Mobile Legends: Bang Bang》的沐瞳科技则分别在卡牌+RPG、MOBA领域中占一席之地。

Rank	IAP Top20-MEX	Publisher	Game Core	Gameplay	IAP-2020HY1	环比	同比
1	Garena Free Fire	GARENA INTERNATIONAL	硬核	射击-FPS/TPS	9.23M	0%	4%
2	Call of Duty®	Activision Publishing	硬核	射击-FPS/TPS	3.27M	116%	-
3	PUBG MOBILE	Tencent Games	硬核	射击-FPS/TPS	2.6M	-3%	-5%
4	Roblox	Roblox Corporation	硬核	沙盒	2.08M	28%	110%
5	Pokémon GO	Niantic	中核	TCG+养成交互AR	1.89M	-26%	-20%
6	Clash Royale	Supercell	中核	SLG	1.7M	-33%	-26%
7	Rise of Kingdoms	Lilith Games	硬核	SLG	1.58M	569%	698%
8	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	1.52M	-1%	-15%
9	Fortnite	Epic Games	硬核	射击-FPS/TPS	1.44M	6%	4%
10	Saint Seiya Awakening	YOUZU(SINGAPORE)	硬核	卡牌+RPG	1.29M	67%	-
11	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	1.12M	43%	42%
12	Coin Master	Moon Active	休闲	博彩+模拟养成	1.06M	448%	591%
13	Clash of Clans	Supercell	中核	SLG	1.01M	-18%	-28%
14	Brawl Stars	Supercell	中核	MOBA	955.02K	5%	-41%
15	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	929.33K	-11%	5%
16	Lords Mobile	IGG	硬核	SLG	733.83K	-24%	-38%
17	Mobile Legends: Bang Bang	Moonton	硬核	MOBA	570.71K	-10%	3%
18	Mario Kart Tour	Nintendo	休闲	竞速	531.07K	23%	-
19	MARVEL Contest of Champions	Kabam Games	中核	街机动作	500.36K	-21%	-19%
20	8 Ball Pool	Miniclip	休闲	休闲运动	498.09K	11%	23%

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

印度



01 印度的手游市场整体呈现以休闲游戏为主、硬核游戏为辅的市场形态；休闲游戏的下载量具有绝对优势

02 印度的手游下载量主要由桌游棋牌等休闲游戏贡献；射击向游戏用户体量增长最为亮眼

03 手游市场营收主要由射击-FPS/TPS和博彩-扑克类游戏贡献；印度的博彩游戏虽然IAP表现良好，但是仅限于本土玩法，诸如老虎机等营收能力平平



GDP：11.3万亿美元



人口：13.8亿

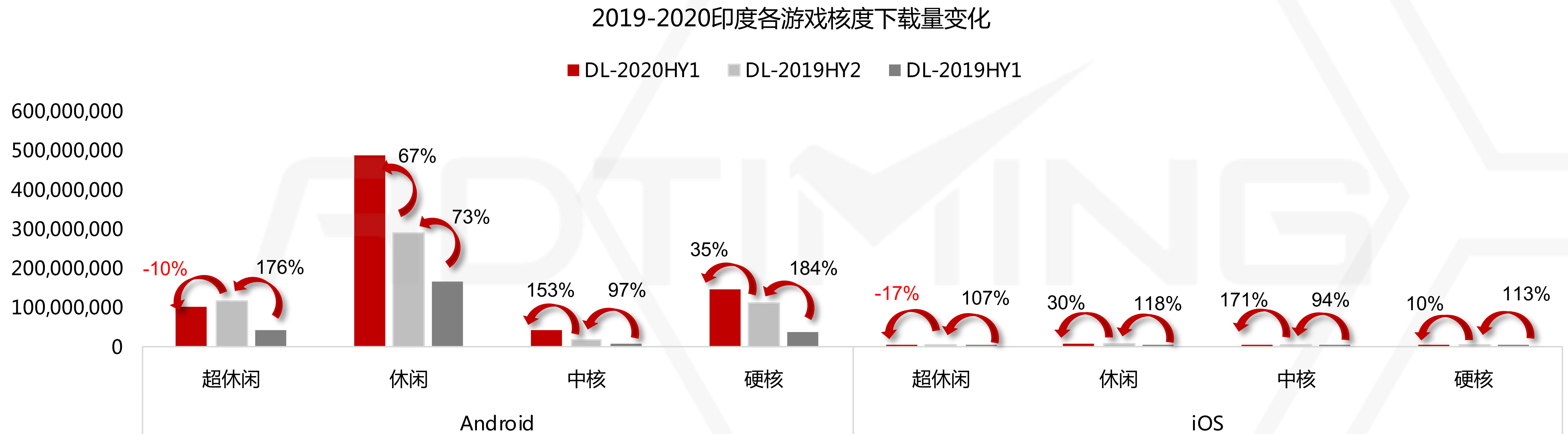


游戏营收：15亿美元

ADTIMING

休闲、中核游戏下载量明显增长；超休闲游戏增势放缓；iOS市场用户体量小

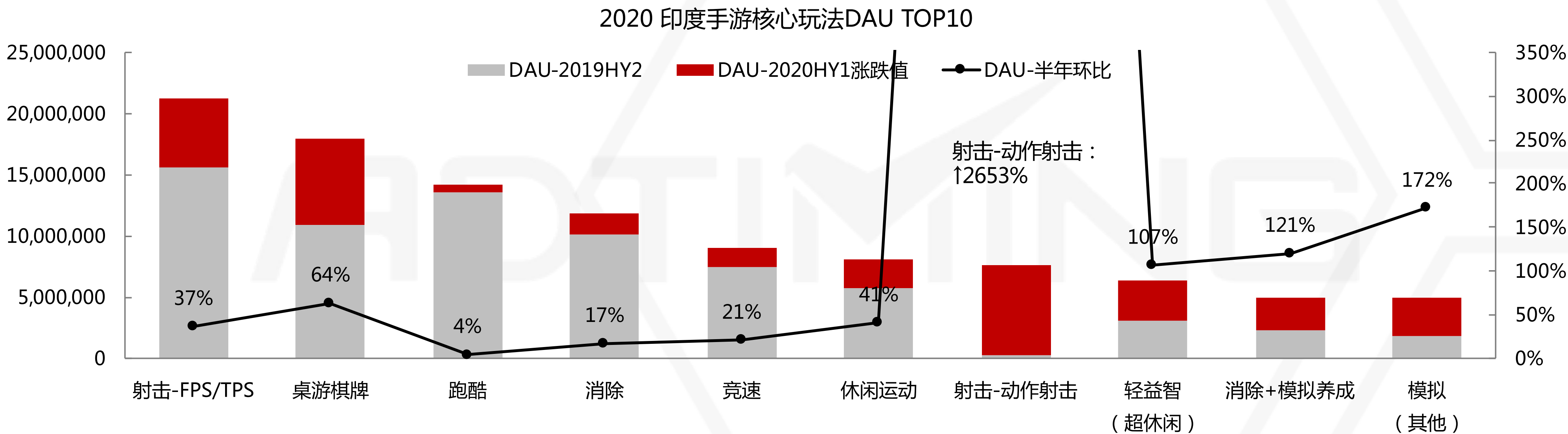
印度的手游市场整体呈现以休闲游戏为主、硬核游戏为辅的市场形态。从下载量变化可以看出，中核游戏于2020年上半年在双平台均产生最快的增长（Android平台增长153%，iOS平台增长171%）。相比之下，超休闲游戏在Android平台的获客环比缩水10%，在iOS平台的获客环比缩水17%，可见超休闲游戏的增长速度环比放缓。需要注意的是印度iOS平台下载量整体远低于Android平台。



射击类、桌游棋牌和跑酷为印度DAU TOP3品类；射击向类游戏增势突出

从2020年上半年印度的DAU数据可见射击类、桌游棋牌、跑酷游戏为获客主力。休闲游戏的获客主要来自桌游棋牌（Gametion Technologies的《Ludo King™》最受欢迎）、动作射击（以2019年下半年上线的《Hunter Assassin》为代表）、跑酷游戏（以常青游戏《Subway Surfers》为代表）。FPS/TPS游戏（如《Garena Free Fire》和《PUBG MOBILE LITE》）和动作射击（以《Hunter Assassin》为代表）则共同推动射击向游戏用户体量上行。

BEST TIMING FOR ADS



ADTIMING

休闲游戏占据头部榜单并保持增长；《Real Commando Secret Mission》和《Hunter Assassin》表现亮眼

BEST TIMING FOR ADS

除了上页中提及的热门品类代表游戏外，硬核FPS/TPS如《Real Commando Secret Mission》和《Sniper 3D》同样跻身DAU榜Top20。其中，《Real Commando Secret Mission》在2020年上半年实现大幅度增长（环比增长545%、同比增长807%）。

DAU Top3均为休闲游戏，且均保持增长态势。

Rank	DAU Top20-IND	Publisher	Game Core	Gameplay	DAU-2020HY1	环比	同比
1	Ludo King™	Gametion Technologies	休闲	桌游棋牌	10.97M	31%	53%
2	Bubble Shooter	Happy Dragon	休闲	消除	6.3M	12%	86%
3	Hunter Assassin	Ruby Game Studio	休闲	射击-动作射击	5.98M	2451%	-
4	Disc Pool	Miniclip	休闲	休闲运动	5.91M	53%	160%
5	Garena Free Fire	GARENA INTERNATIONAL	硬核	射击-FPS/TPS	5.38M	21%	70%
6	Subway Surfers	SYBO Games	休闲	跑酷	4.94M	5%	-3%
7	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	4.47M	29%	9%
8	PUBG MOBILE LITE	Tencent Games	硬核	射击-FPS/TPS	4.25M	-16%	-
9	Hill Climb Racing	Fingersoft	休闲	街机动作	4.13M	18%	1%
10	Temple Run 2	Imangi Studios	休闲	跑酷	3.79M	-10%	-11%
11	Sand Balls	SayGames	超休闲	轻益智	3.7M	41%	-
12	Temple Run	Imangi Studios	休闲	跑酷	3.31M	22%	-3%
13	Township	Playrix	休闲	模拟经营	2.88M	75%	233%
14	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	2.78M	149%	402%
15	Dr. Driving	SUD Inc.	休闲	竞速	2.68M	-8%	-24%
16	Racing in Car 2	Fast Free Games	休闲	竞速	2.32M	67%	5%
17	Real Commando Secret Mission	GAMEXIS	硬核	射击-FPS/TPS	2.24M	545%	807%
18	Sniper 3D	Fun Games For Free	硬核	射击-FPS/TPS	2.19M	-5%	-10%
19	Subway Princess Runner	Ivy	休闲	跑酷	2.13M	9%	15%
20	Ludo SuperStar	BlackLight Studio Games	休闲	桌游棋牌	2.1M	54%	88%

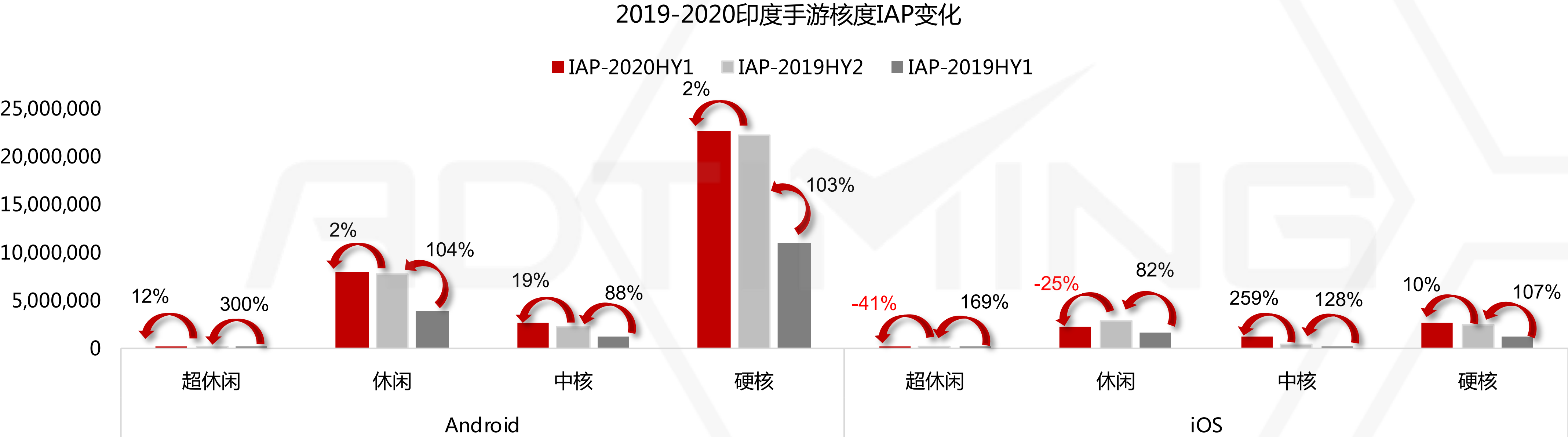
* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

硬核游戏最为吸金；中核稳步增长；iOS平台休闲、超休闲游戏用户付费能力增速放缓

硬核游戏在印度吸金能力最强、增长亮眼（2020年上半年iOS平台环比上行10%、同比上行129%，Android平台环比上行2%、同比上行107%）。中核游戏的IAP持续增长，尤其是iOS平台的增速连续超100%，Android平台则拥有更高的IAP体量，主要源于Android手机的市场占有率更高。相比之下，iOS平台的超休闲和休闲游戏的IAP均呈缩水态势（环比分别下降41%、25%），但这两类游戏分别保持60%和37%的同比正增长，从侧面反映出iOS平台的轻度游戏2020上半年整体盈利能力不如2019下半年。

BEST TIMING FOR ADS

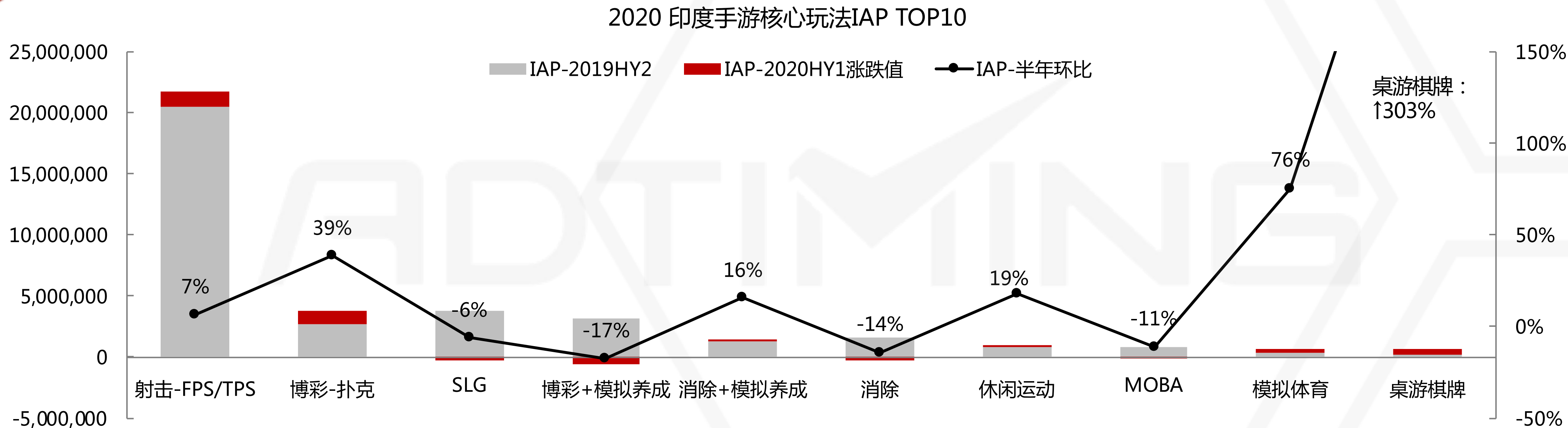


ADTIMING

FPS/TPS、博彩最吸金，且保持增长；印度本土扑克游戏Teen Patti蕴藏潜力

FPS/TPS的IAP量级遥遥领先，并保持稳定增长——2020年上半年环比增长7%、同比增长15%（代表游戏《Garena Free Fire》位居IAP Top20榜首）。消除类游戏吸金能力逐步减弱（2020年上半年环比下降14%、同比下降11%），对应的是“消除+模拟养成”的反向增长（环比增长16%、同比增长75%）。在2020年融合品类大势下，“博彩+模拟养成”反而表现平平（环比下跌17%），但是博彩的扑克游戏环比上升39%，主要是被印度本土Teen Patti玩法推动（代表游戏《Teen Patti by Octro》和《Teen Patti Gold》的IAP均持续上行）。

BEST TIMING FOR ADS

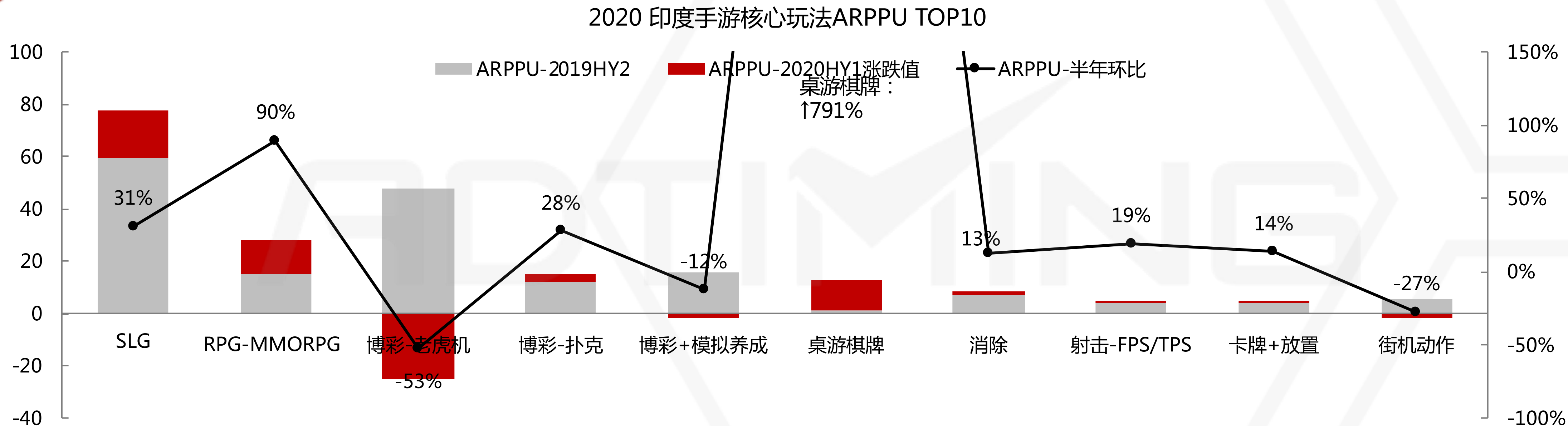


* 单位说明：IAP收入单位为美元（下同）

ADTIMING

SLG游戏的ARPPU值最高；博彩-老虎机类游戏增势放缓；MMORPG和桌游棋牌的用户价值亮眼

SLG在2020年上半年保持较好增势（环比增长31%、同比增长259%），一定程度上说明SLG用户付费意愿增强、价值升高。在博彩游戏中，老虎机虽然环比下跌了53%，但是同比上升406%，总体保持上涨趋势。值得注意的是桌游棋牌游戏（以《Monopoly》为例）的ARPPU持续走高（2020年上半年环比增长791%，同比增长802%），用户价值亮眼。另外，MMORPG类游戏ARPPU稳定排名第二，环比增速仅次于桌游棋牌（90%），同比增长达8623%，也是潜力品类。



* 单位说明：ARPPU收入单位为美元（下同）

BEST TIMING FOR ADS

ADTIMING

《Garena Free Fire》营收能力强、增长速度快；“消除+”类侵占纯消除类市场

BEST TIMING FOR ADS

印度手游头部游戏市场以硬核射击-FPS/TPS类最为吸金。《Garena Free Fire》作为吸金榜首，2020年上半年实现连续增长，环比增幅77%、同比增幅304%。

纯消除玩法《Candy Crush Saga》虽然领先“消除+模拟养成”类游戏《Gardenscapes》一个身位，但是前者IAP总体量持续降低（环比下降20%、同比下降19%），后者环比增长69%、同比增长181%，可见“消除+”这一融合品类有侵占纯消除类市场的趋势。

Rank	IAP Top20-IND	Publisher	Game Core	Gameplay	IAP-2020HY1	环比	同比
1	Garena Free Fire	GARENA INTERNATIONAL	硬核	射击-FPS/TPS	12.23M	77%	304%
2	PUBG MOBILE	Tencent Games	硬核	射击-FPS/TPS	7.8M	-39%	-50%
3	Coin Master	Moon Active	休闲	博彩+模拟养成	2.5M	-15%	-22%
4	Teen Patti by Octro	Octro	休闲	博彩-扑克	1.75M	83%	88%
5	Teen Patti Gold	Moonfrog	休闲	博彩-扑克	1.15M	82%	13%
6	Call of Duty®	Activision Publishing	硬核	射击-FPS/TPS	1.08M	335%	-
7	Clash of Clans	Supercell	中核	SLG	993.83K	10%	33%
8	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	976.27K	-20%	-19%
9	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	881.72K	69%	181%
10	Mobile Legends: Bang Bang	Moonton	硬核	MOBA	785.02K	-11%	24%
11	Lords Mobile	IGG	硬核	SLG	721.84K	-29%	-33%
12	Rise of Kingdoms	Lilith Games	硬核	SLG	474.05K	24%	-10%
13	8 Ball Pool	Miniclip	休闲	休闲运动	455.42K	-11%	-28%
14	Ludo King™	Gametion Technologie	休闲	桌游棋牌	448.12K	539%	685%
15	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	412.5K	-34%	-10%
16	PUBG MOBILE LITE	Tencent Games	硬核	射击-FPS/TPS	411.7K	238%	-
17	Last Shelter: Survival	Long Tech Network Limited	硬核	SLG	410.37K	-12%	47%
18	Rise of Empires	Long Tech Network Limited	硬核	SLG	349.04K	54%	1362%
19	Disc Pool	Miniclip	休闲	休闲运动	342.27K	41%	255%
20	UTP	Ultimate-Games	休闲	博彩-扑克	339.82K	-24%	-29%

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

印尼

01 印尼的手游市场整体呈现以休闲、超休闲游戏主导的市场形态；超休闲、休闲发展迅速，中、硬核游戏稳步增长

02 主要流量来自io、FPS/TPS、益智解谜类游戏；io类DAU增长强劲

03 印尼地区手游市场营收以FPS/TPS游戏为主（《Garena Free Fire》头部趋势显著）；“卡牌+”类游戏热度走高，多款相关融合品类单个用户价值走高





GDP：3.78万亿美元



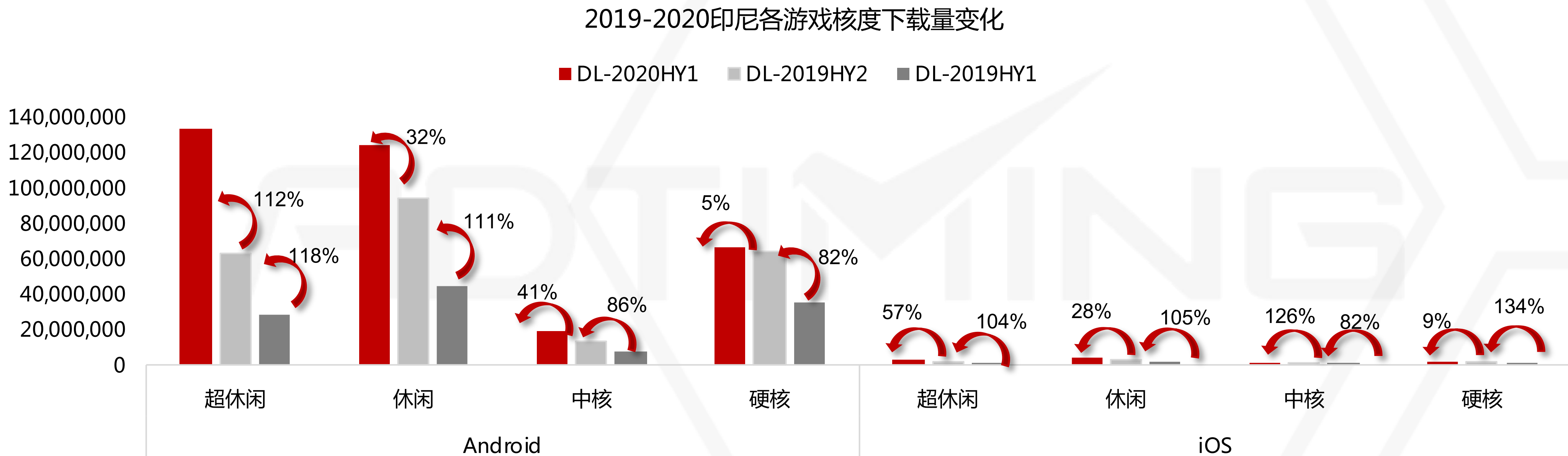
人口：2.76亿

ADTIMING

自2019年起，超休闲和休闲游戏在印尼下载量节节攀升；中核和硬核游戏稳步增长

BEST TIMING FOR ADS

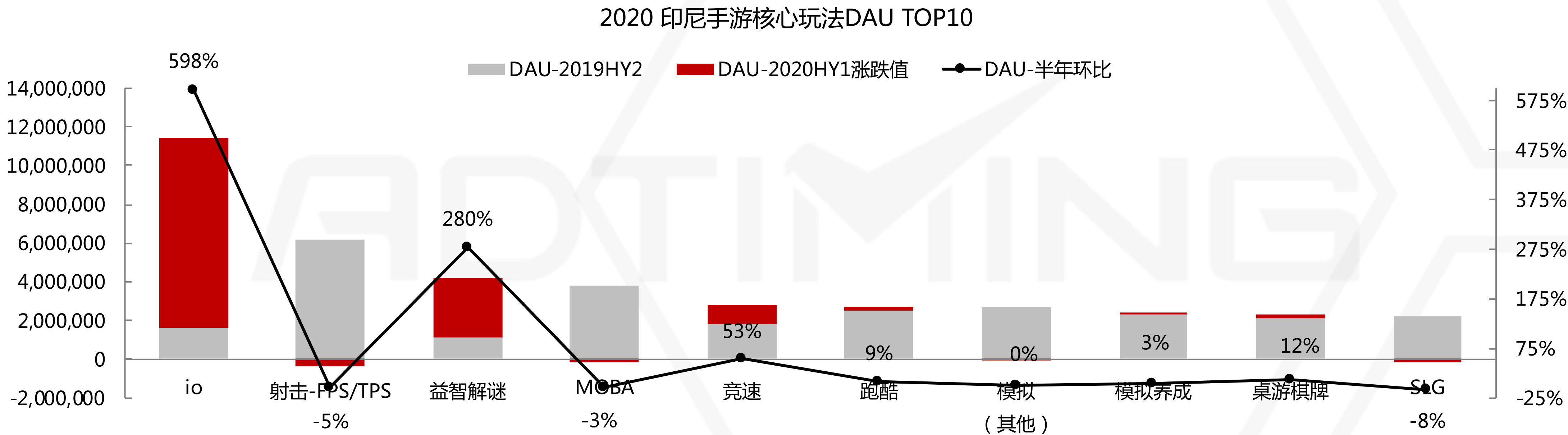
印尼的手游市场整体呈现以超休闲、休闲游戏为主导的市场形态，Android平台占据绝对的市场份额（主要原因为Android手机市场份额远高于iOS手机）。和2019年下半年相比，各核度游戏均保持正增长，超休闲和休闲游戏增势突出（前者在Android平台环比增长112%，同比增长362%，后者环比增长32%、同比增长178%）。中核和硬核游戏在2020年上半年增势稍显平缓，以Android平台数据为例，中核、硬核环比分别增长41%、5%。



ADTIMING

io、FPS/TPS、益智解谜在印尼用户体量排名前三；io类游戏增长最快

2020年上半年，io、FPS/TPS、益智解谜占领印尼DAU前三位。io作为超休闲的主要用户池，实现598%的正向增长（《WormsZone.io》居于DAU Top20榜首，并于2020年上半年环比增长2247%，贡献突出）；休闲游戏的用户主要来自于益智解谜（《Brain Out》名列DAU榜单三甲）；硬核射击游戏的回落一定程度上由头部FPS/TPS游戏用户体量缩水导致（《Garena Free Fire》环比下降24%，同比下跌33%）。



ADTIMING

休闲、超休闲占据DAU榜单八成，《WormsZone.io》高居榜首；部分老牌中、硬核游戏用户体量下行

BEST TIMING FOR ADS

除了上页所述热门游戏外，《Slink.io》和《slither.io》这两款io游戏也在为整个品类的增长贡献力量（前者2020年上半年环比增长615%、同比上升5382%，后者环比增长81%、同比上升28%）。

部分老牌中、硬核游戏表现欠佳，在印尼游戏行业大幅上升的背景下，《Mobile Legends: Bang Bang》、《Clash of Clans》、《Garena Free Fire》等头部游戏或因上线时间较早、产品进入中后期等原因，DAU均呈缩水状态。

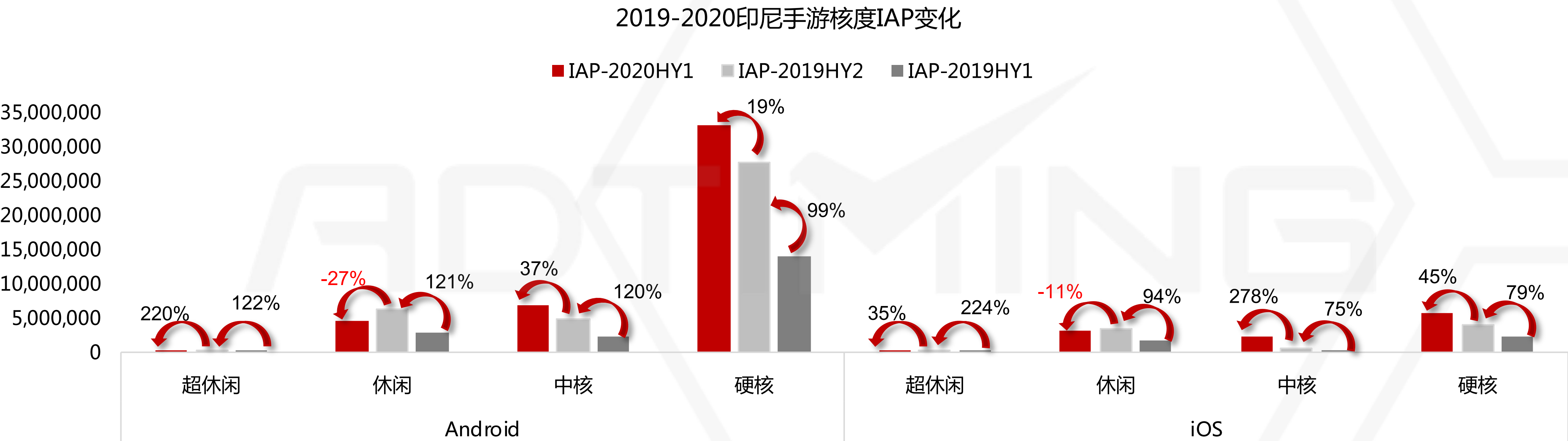
Rank	DAU Top20-IDN	Publisher	Game Core	Gameplay	DAU-2020HY1	环比	同比
1	WormsZone.io	CASUAL AZUR GAMES	超休闲	io	6.89M	2247%	-
2	Mobile Legends: Bang Bang	Moonton	硬核	MOBA	3.36M	-11%	0%
3	Brain Out	Focus apps	休闲	益智解谜	2.82M	2660%	-
4	Garena Free Fire	GARENA INTERNATIONAL	硬核	射击-FPS/TPS	2.44M	-24%	-33%
5	Subway Surfers	SYBO Games	休闲	跑酷	1.7M	1%	2%
6	8 Ball Pool	Miniclip	休闲	休闲运动	1.26M	9%	10%
7	Ludo King™	Gametion Technologies	休闲	桌游棋牌	1.23M	6%	2%
8	Slink.io	Apps2US Studios	超休闲	io	1.22M	615%	5382%
9	Real Commando Secret Mission	GAMEXIS	硬核	射击-FPS/TPS	1.18M	346%	1013%
10	Robbery Bob	Level Eight AB	休闲	益智解谜	1.05M	7%	69%
11	Clash of Clans	Supercell	中核	SLG	1.04M	-7%	-14%
12	Zombie Tsunami	Mobigame S.A.R.L.	休闲	街机动作	0.98M	0%	8%
13	slither.io	Lowtech Studios	超休闲	io	0.93M	81%	28%
14	Township	Playrix	休闲	模拟经营	0.92M	14%	105%
15	Bus Simulator Indonesia	Maleo	休闲	模拟（其它）	0.85M	7%	29%
16	Tiles Hop	AMANOTES	超休闲	音乐节奏	0.85M	3%	135%
17	Fun Race 3D	Good Job Games	超休闲	竞速	0.83M	-24%	13767%
18	Block Puzzle Jewel	hua weiwei	休闲	消除	0.83M	0%	11%
19	Pou	Zakeh	休闲	模拟养成	0.82M	-8%	-22%
20	Sand Balls	SayGames	超休闲	轻益智	0.8M	-29%	-

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

超休闲、中核游戏吸金能力稳步上升；硬核游戏依旧是印尼市场主要营收来源

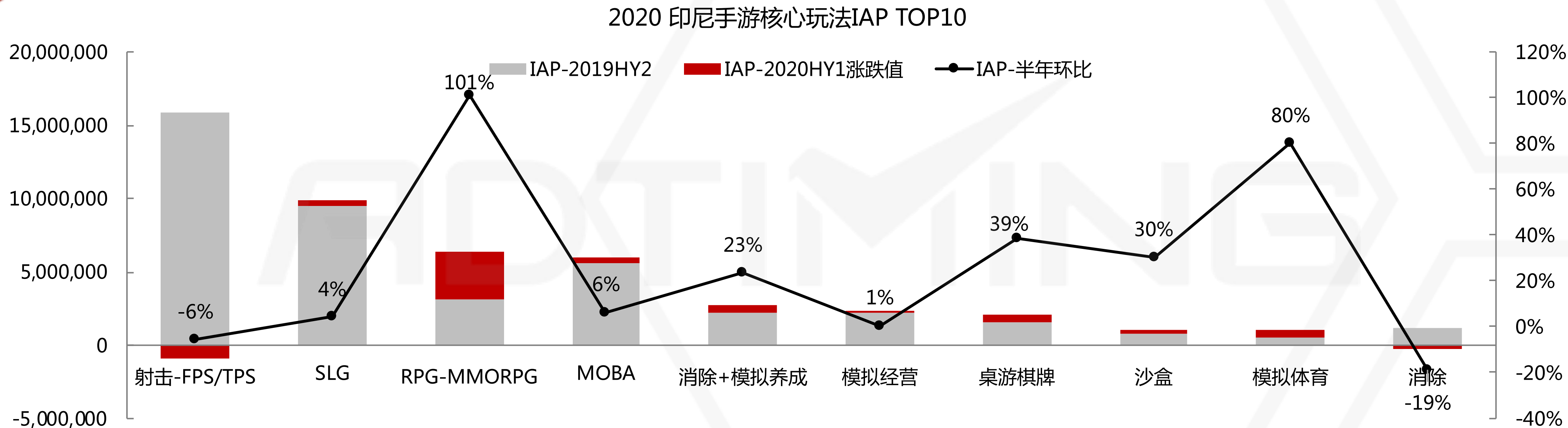
和2019年下半年相比，印尼市场休闲游戏的IAP均有缩水，Android平台环比下降27%、iOS平台环比下降11%；但其同比分别实现61%（Android平台）和73%（iOS平台）的涨幅，涨势稳定。超休闲游戏营收能力依旧保持上升（Android平台环比增长220%、同比增长610%；iOS平台环比增长35%、同比增长336%）。同期，中核游戏吸金能力在双平台也保持大幅度增长，Android平台环比增长37%，iOS平台环比增长278%。由于OS占比因素，Android平台用户在硬核游戏上的支出远高于iOS平台。



ADTIMING

FPS/TPS最吸金；策略类游戏贡献惊人；MMORPG类增长动力强

FPS/TPS头部游戏虽然在增长方面稍显颓势，但是其体量大、基本盘高，依旧在IAP榜单中名列前茅（《Garena Free Fire》和《PUBG MOBILE》分别位列IAP榜单第一名和第三名）。策略游戏的营收主要来源于硬核SLG游戏（如《Rise of Kingdoms》）和MOBA类游戏（《Mobile Legends: Bang Bang》）的平缓增长。MMORPG营收能力增长最快，环比上涨101%，主要由2019年下半年新游《Black Desert Mobile》吸引的一波用户付费推高。

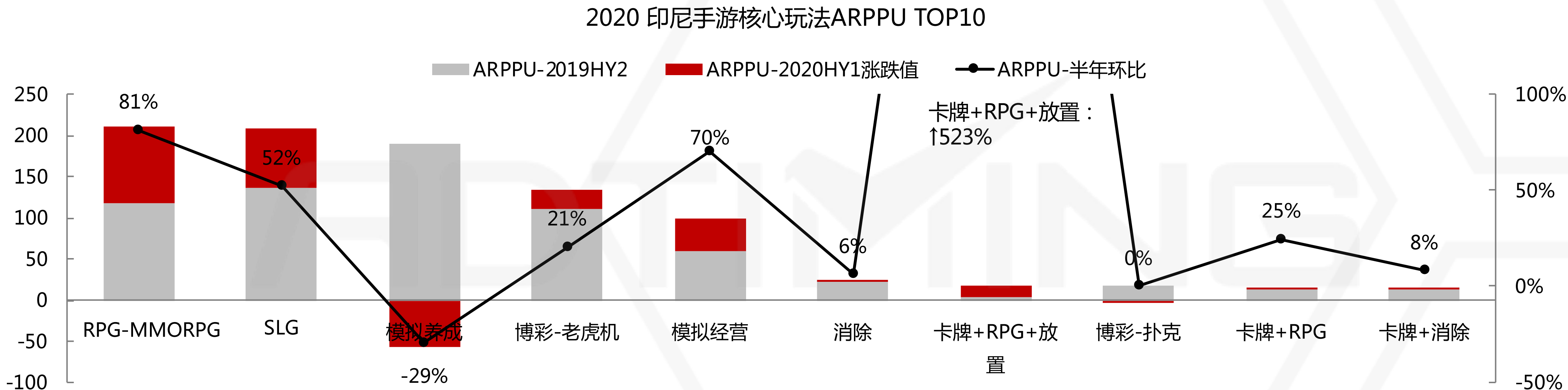


* 单位说明：IAP收入单位为美元（下同）

ADTIMING

MMORPG、SLG ARPPU排名一、二；“卡牌+”类融合玩法用户价值大幅提高

印尼MMORPG和SLG游戏单个用户价值更高（前者保持环比81%、同比87%的增长，后者保持环比52%、同比92%的增势）；模拟养成类游戏ARPPU虽然绝对值较高，但是下滑趋势明显（环比缩水29%、同比下跌19%）。除此之外，以2020年新游《Idle Legends》为代表的“卡牌+”游戏广受欢迎，且“卡牌+RPG+放置”玩法在印尼ARPPU环比增速最大，达523%。



* 单位说明：ARPPU收入单位为美元（下同）

ADTIMING

融合品类营收持续走高；硬核《Roblox》、中核《Coin Master》吸金能力激增

BEST TIMING FOR ADS

2020年上半年融合品类游戏大热， “消除+”这一玩法有两款游戏进入IAP榜单Top 20，分别为《Gardenscapes》和《Homescapes》，抢占纯消除游戏市场（如前述，纯消除玩法同期IAP环比下跌19%）。

硬核沙盒游戏《Roblox》吸金能力持续走高，环比上涨30%。同比上升42%。此外，涨势最猛的游戏为“博彩+”《Coin Master》，其在2020年上半年环比和同比均实现了五倍以上的增长。

Rank	IAP Top20-IDN	Publisher	Game Core	Gameplay	IAP-2020HY1	环比	同比
1	Garena Free Fire	GARENA INTERNATIONAL	硬核	射击-FPS/TPS	10.41M	-4%	-2%
2	Mobile Legends: Bang Bang	Moonton	硬核	MOBA	5.78M	4%	47%
3	PUBG MOBILE	Tencent Games	硬核	射击-FPS/TPS	3.56M	-6%	-27%
4	Rise of Kingdoms	Lilith Games	硬核	SLG	3.16M	72%	113%
5	Clash of Clans	Supercell	中核	SLG	1.79M	0%	47%
6	Lords Mobile	IGG	硬核	SLG	1.7M	-25%	-17%
7	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	1.45M	60%	103%
8	Higgs Domino Island	Higgs Games	休闲	桌游棋牌	1.44M	84%	1060%
9	Black Desert Mobile	PEARL ABYSS	硬核	RPG-MMORPG	1.08M	175%	-
10	Roblox	Roblox Corporation	硬核	沙盒	1.05M	30%	42%
11	Be The King	CHUANG COOL	中核	模拟经营	1.01M	-10%	9%
12	Ragnarok M	Gravity Interactive	硬核	RPG-MMORPG	1M	-45%	-73%
13	Game of Sultans	Mechanist	硬核	SLG	0.96M	-43%	-60%
14	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	0.95M	-14%	4%
15	Last Shelter	Long Tech Network Limited	硬核	SLG	0.9M	41%	66%
16	Coin Master	Moon Active	休闲	博彩+模拟养成	0.87M	519%	574%
17	eFootball PES 2020	KONAMI	中核	模拟体育	0.87M	100%	97%
18	Call of Duty®	Garena Mobile Private	硬核	射击-FPS/TPS	0.71M	-31%	-
19	Idle Legends	EYOUGAME(USS)	中核	卡牌+RPG+放置	0.71M	-	-
20	8 Ball Pool	Miniclip	休闲	休闲运动	0.69M	-6%	-17%

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

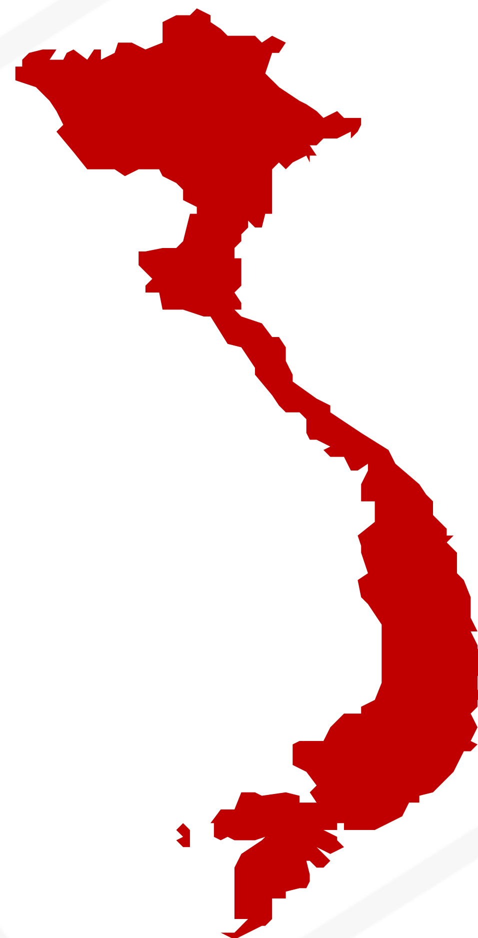
ADTIMING

越南

01 越南的手游市场整体呈现以超休闲、休闲、硬核游戏齐头并进的市场形态；各核度下载量环比均在上行，中核游戏增长速度最快

02 益智解谜、射击-FPS/TPS占据最广的流量池；益智解谜用户体量上行趋势明显，直逼射击-FPS/TPS

03 手游市场IAP主要由SLG和MMORPG等硬核游戏贡献，但是头部游戏营收能力缩水趋势显著；融合玩法在越南的营收能力整体走高，“博彩+模拟养成”IAP环比增速可观





GDP：1.04万亿美元



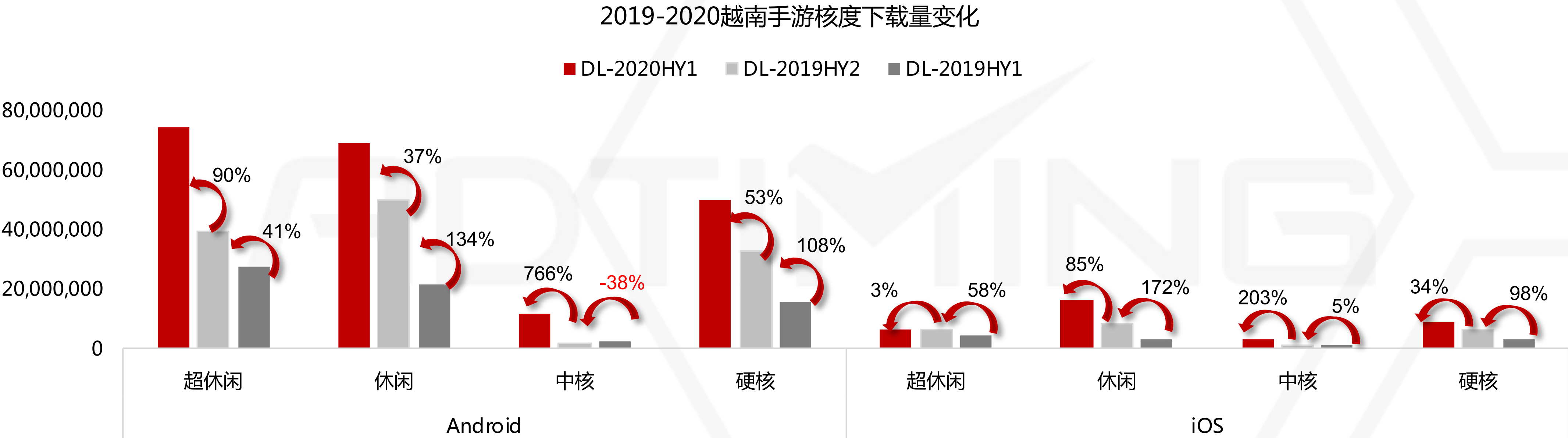
人口：0.96亿

ADTIMING

超休闲、休闲、硬核游戏主导市场；中核游戏双平台下载量增长迅猛

越南的手游市场整体呈现以超休闲、休闲、硬核游戏齐头并进的市场形态，Android平台占据绝对的市场份额（主要原因为Android手机市场份额远高于iOS手机）。2020年上半年，各核度游戏下载量环比都有不同程度的上升；中核游戏DL增长速度最快（Android平台环比上涨766%、同比上升436%，iOS平台环比上涨203%、同比上涨218%）。

BEST TIMING FOR ADS

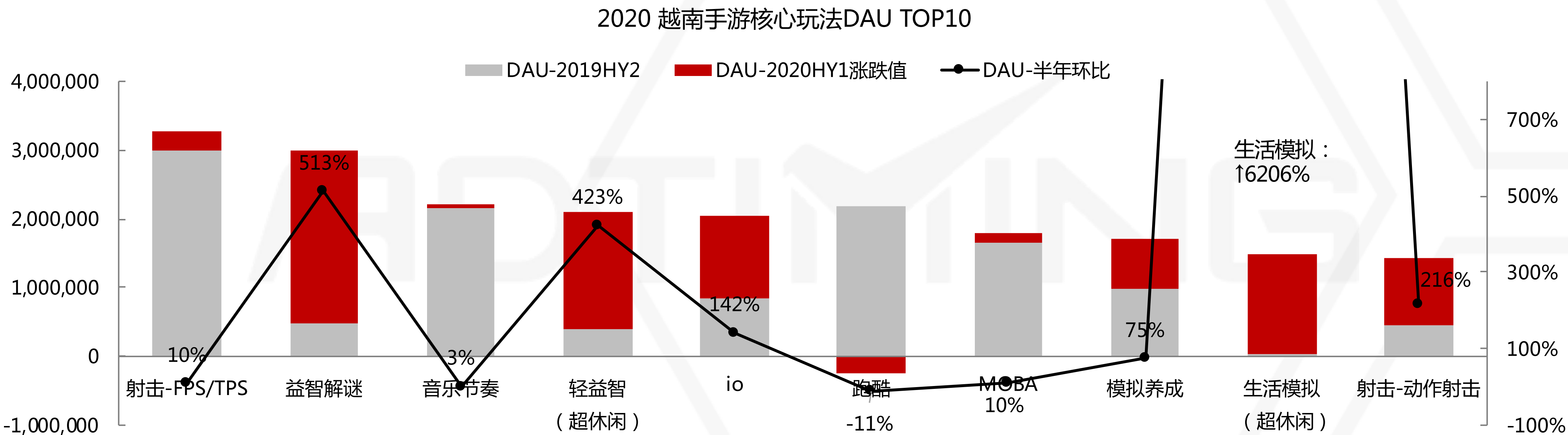


ADTIMING

益智解谜和FPS/TPS类游戏拥有Top2流量池；生活模拟实现爆发式增长

BEST TIMING FOR ADS

FPS/TPS、益智解谜为越南2020上半年最热品类。休闲游戏用户主要来自益智解谜这一增长迅猛的品类（在《Brain Out》等游戏带动下，环比增长513%），以及音乐节奏这一稳定发展的品类（如《Tiles Hop》、《Sonic Cat》）；超休闲由io和生活模拟贡献主要用户，其中，《WormsZone.io》代表io类游戏跻身Top20榜单；而生活模拟游戏虽无爆款进入Top20头部榜单，但因用户范围极广（DAU体量十万以上进入Top30的游戏有7款），共同推动这一品类实现爆发式增长。



ADTIMING

头部游戏保持优势，多持续增长；《WormsZone.io》增速极快或成下半年黑马

越南头部游戏多保持增长态势。

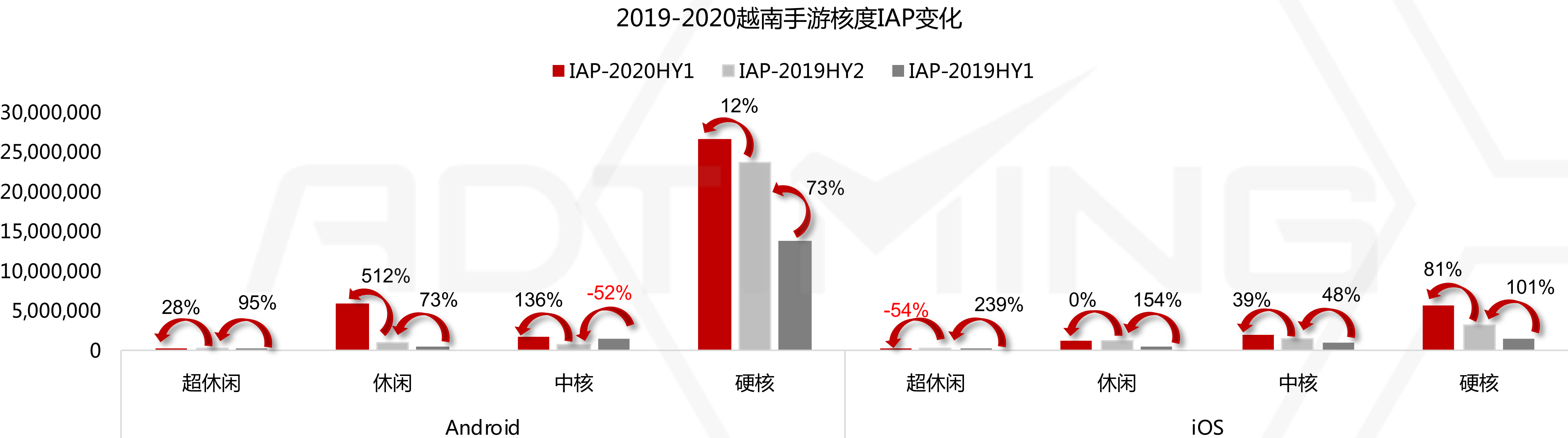
除了上页所述热门游戏以外，融合品类《Coin Master》和《Gardenscapes》进一步争夺纯模拟养成玩法（如《My Talking Tom》）的游戏市场；《Coin Master》DAU增速最快；《Gardenscapes》环比增加135%、同比增长266%，相比之下，《My Talking Tom》环比、同比同时下跌。

Rank	DAU Top20-IDN	Publisher	Game Core	Gameplay	DAU-2020HY1	环比	同比
1	Garena Free Fire	GARENA	硬核	射击-FPS/TPS	1.82M	-4%	46%
2	Brain Out	Focus apps	休闲	益智解谜	1.82M	547%	-
3	Garena Liên Quân Mobile	Garena Mobile Private	硬核	MOBA	1.44M	15%	15%
4	WormsZone.io	CASUAL AZUR GAMES	超休闲	io	951.35K	11734%	-
5	Rescue Cut - Rope Puzzle	F.I.L Games	超休闲	轻益智	949.67K	940%	-
6	Zombie Tsunami	Mobigame S.A.R.L.	休闲	街机动作	768.74K	-10%	26%
7	Hunter Assassin	Ruby Game Studio	休闲	射击-动作射击	762.01K	619%	-
8	Subway Surfers	SYBO Games	休闲	跑酷	761.32K	10%	1%
9	Coin Master	Moon Active	休闲	博彩+模拟养成	724.17K	28106%	5744%
10	MU Đại Thiên Sứ H5	ASM MOBILE GAME COMPANY	硬核	RPG-MMORPG	715.64K	314%	-
11	PUBG MOBILE VN	VNG Game Publishing	硬核	射击-FPS/TPS	652.48K	-15%	-46%
12	Tiles Hop	AMANOTES	超休闲	音乐节奏	580.91K	-39%	-36%
13	My Talking Tom	Outfit7 Limited	休闲	模拟养成	561.35K	-7%	-18%
14	ZingPlay - Game bài - Game cờ	VNG GAME STUDIOS SEA	休闲	桌游棋牌	551.92K	-8%	-13%
15	Save The Girl!	Lion Studios	超休闲	轻益智	540.75K	-	-
16	Sonic Cat - Slash the Beats	Badsnowball Limited	休闲	音乐节奏	528.65K	15104%	-
17	Minecraft Trial	Mojang	硬核	沙盒	502.69K	8%	-13%
18	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	495.31K	135%	266%
19	Sniper 3D	Fun Games For Free	硬核	射击-FPS/TPS	465.02K	53%	75%
20	Draw Climber	Voodoo	超休闲	竞速	458.29K	-	-

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

硬核游戏为营收主力军；休闲游戏吸金能力涨势明显；超休闲游戏营收进入缓慢上升阶段

2020年上半年，越南手游市场营收整体呈上升趋势，仅iOS平台的超休闲游戏出现环比下跌的状况，或因2019年下半年增长过快（环比上涨239%）；双平台的营收主力依旧是硬核游戏，且保持稳定增长（Android平台环比上升12%、同比上涨95%，iOS平台环比上涨81%、同比上涨263%）。休闲游戏吸金能力看涨，Android平台环比上升512%、同比上升962%。

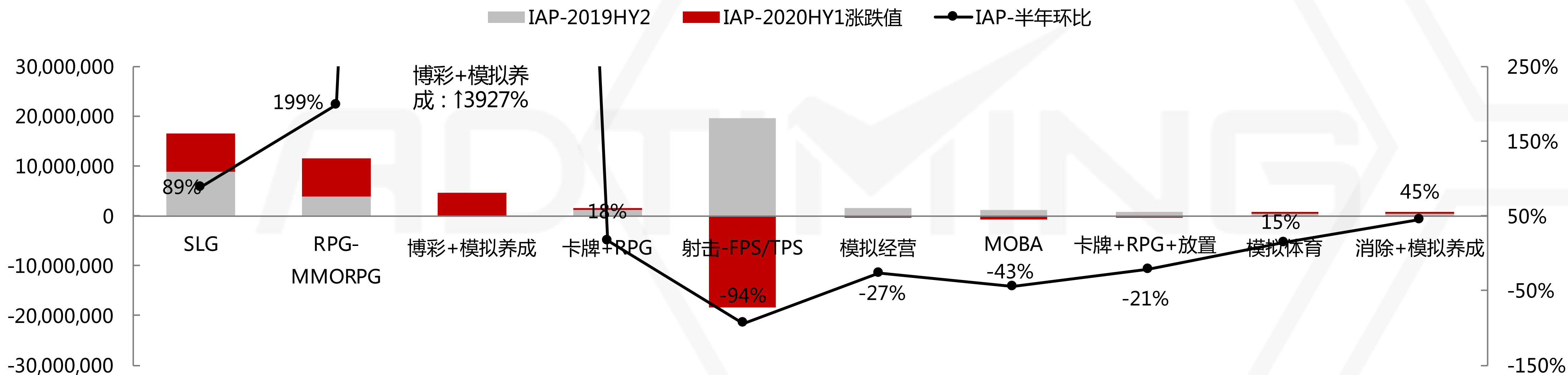


ADTIMING

SLG、MMORPG依靠头部游戏打败FPS/TPS成为越南手游营收Top 1；融合品类吸金能力日益增长

2020年上半年，SLG营收跑赢FPS/TPS成为越南IAP第一（由《Rise of Kingdoms》、《Age of Z》为代表的游戏贡献主要增长力）。FPS/TPS仅《PUBG MOBILE VN》和《Garena Free Fire》维持在Top20榜单，且营收能力持续缩水。以2019年下半年上线的《MU Đại Thiên Sứ H5》为代表的MMORPG游戏营收仅次于《Rise of Kingdoms》，为此品类注入新动力。IAP Top10品类有4款为融合品类，以《Coin Master》为代表的“博彩+模拟养成”类营收增长速度惊人，环比达3927%。

BEST TIMING FOR ADS



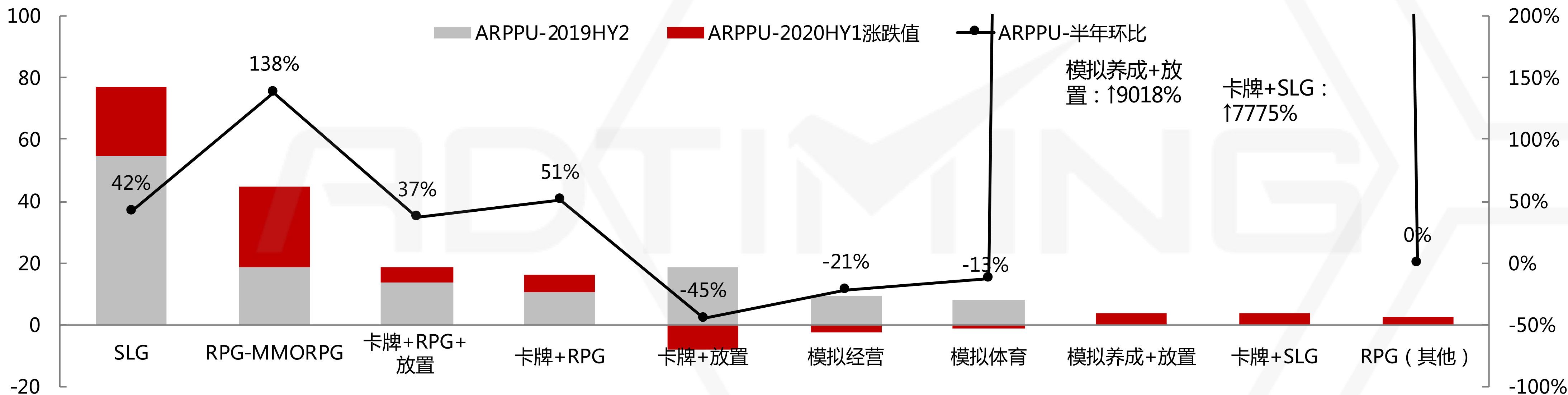
* 单位说明：IAP收入单位为美元（下同）

ADTIMING

SLG、MMORPG类游戏ARPPU走高；“模拟养成+”、“卡牌+”类游戏用户价值亮眼

越南沿袭东南亚国家传统，SLG和MMORPG是用户价值最高的游戏品类，且持续走高：和2019年下半年相比前者增长42%、后者增长138%。融合品类出现新赛道——“卡牌+SLG”游戏ARPPU猛增，环比上涨7775%。同期，“卡牌+”类游戏表现出进一步融合趋势（“卡牌+RPG+放置”ARPPU环比上升37%的同时“卡牌+放置”ARPPU环比下降45%）。ARPPU上涨速度最快的品类为“模拟养成+放置”，环比上浮达9018%，代表游戏《Immortal Taoists》跻身ARPPU榜单第17位。

BEST TIMING FOR ADS



* 单位说明：ARPU收入单位为美元（下同）

ADTIMING

硬核游戏主导越南头部付费市场，其中多数游戏进入中后期；莉莉丝在越南强势吸金

硬核游戏在越南IAP Top20市场占比过半，以MMORPG、SLG吸金能力最强。除上页提到的游戏，《Yong Heroes》、《Crasher: Origin》、《Laplace M》均为榜上有名的MMORPG游戏，进一步说明此品类在越南的营收能力强大。

莉莉丝则凭借一款硬核SLG《Rise of Kingdoms》在越南地区强势吸金。在榜的20款游戏中，半数的环比数据下降，其中大部分为中、硬核游戏，一定程度说明头部游戏大多进入中后期，同类玩家或可考虑进场。

Rank	IAP Top20-VNM	Publisher	Game Core	Gameplay	IAP-2020HY1	环比	同比
1	Rise of Kingdoms	Lilith Games	硬核	SLG	13.84M	438%	1473%
2	MU Đại Thiên Sứ H5	ASM MOBILE GAME COMPANY	硬核	RPG-MMORPG	7.86M	998%	-
3	Coin Master	Moon Active	休闲	博彩+模拟养成	4.79M	38220%	45735%
4	Yong Heroes	4399en game	硬核	RPG-MMORPG	1.35M	116%	-
5	Lords Mobile	IGG	硬核	SLG	818.35K	-80%	-
6	Garena Liên Quân Mobile	Garena Mobile Private	硬核	MOBA	667.62K	-45%	-81%
7	Crasher: Origin	4399en game	硬核	RPG-MMORPG	652.73K	24%	56726%
8	Laplace M	ZlongGames	硬核	RPG-MMORPG	575.98K	-57%	-
9	PUBG MOBILE VN	VNG Game Publishing	硬核	射击-FPS/TPS	539.48K	-40%	-44%
10	Ta Là Quan Lão Gia	CHUANG COOL	中核	模拟经营	526.15K	-9%	248%
11	Rise of the Kings	ONEMT	硬核	SLG	476.17K	-35%	-34%
12	Gọi Ta Quan Lão Gia	CHUANG COOL	中核	模拟经营	451.27K	-38%	239%
13	Garena Free Fire	GARENA INTERNATIONAL	硬核	射击-FPS/TPS	442.71K	-98%	-98%
14	Age of Z	Camel Games	硬核	SLG	411.21K	19%	511%
15	Hero Wars	NEXTERS	硬核	卡牌+RPG	390.12K	89%	987%
16	Immortal Taoists	Entrepreneur Game	休闲	模拟养成+放置	350.55K	2516%	-
17	Days of Empire	ONEMT	硬核	SLG	314.54K	44%	358%
18	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	314.38K	71%	225%
19	AFK Arena	Lilith Games	中核	卡牌+RPG+放置	302.13K	-18%	-22%
20	Slots GoldenHoYeah	International Games System	休闲	博彩-电玩城	271.34K	-13%	28%

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

2020上半年手游发展——T4地区

Chapter 8

T4重点提要：流量主要集中在轻度游戏



用户体量：

1. 超休闲和休闲在T4地区表现突出，无论下载量还是涨势都十分可观。
2. 硬核游戏在埃及享有巨大流量池。埃及的用户集中在射击-FPS/TPS品类，除DAU数据领跑以外，还拥有51%的环比增长，此类游戏以《PUBG MOBILE》和《Sniper 3D》为代表。
3. 尼日利亚的用户主要集中在消除和桌游棋牌品类，且消除品类以33%的环比增长反超桌游棋牌在2019年下半年的领先优势，成为最大流量池，以《Candy Crush Saga》为代表，可见T4地区在游戏品类选择上有一定的滞后性。出海玩家在流量方面腾讯和IGG领跑。

T4重点提要：营收方面T4两地区分化差异较大



付费能力：

1. 营收能力方面埃及以硬核游戏为主，用户集中在射击-FPS/TPS品类，并保持1%的环比上浮。出海玩家腾讯的《PUBG MOBILE》为例，2020年上半年实现了超300万的IAP营收，领先IAP Top2《Lords Mobile》（IGG）30倍。从单个用户价值角度看，埃及的SLG游戏用户价值一路走高，领先优势明显的同时实现了67%的环比增长。除此以外，“卡牌+”类游戏在埃及的表现亮眼，多品类登上ARPPU Top10。
2. 尼日利亚的手游营收以休闲游戏为主，中、硬核游戏为辅。休闲游戏的纯模拟类（如《Township》）和纯消除类（比如King的《Candy Crush Saga》）IAP营收绝对值占比较大，而中、硬核游戏主要靠SLG和射击-FPS/TPS保持地位。此外“消除+”、“模拟+”类融合玩法吸金能力持续上涨，处于IAP Top20榜单头部位置。

埃及

01

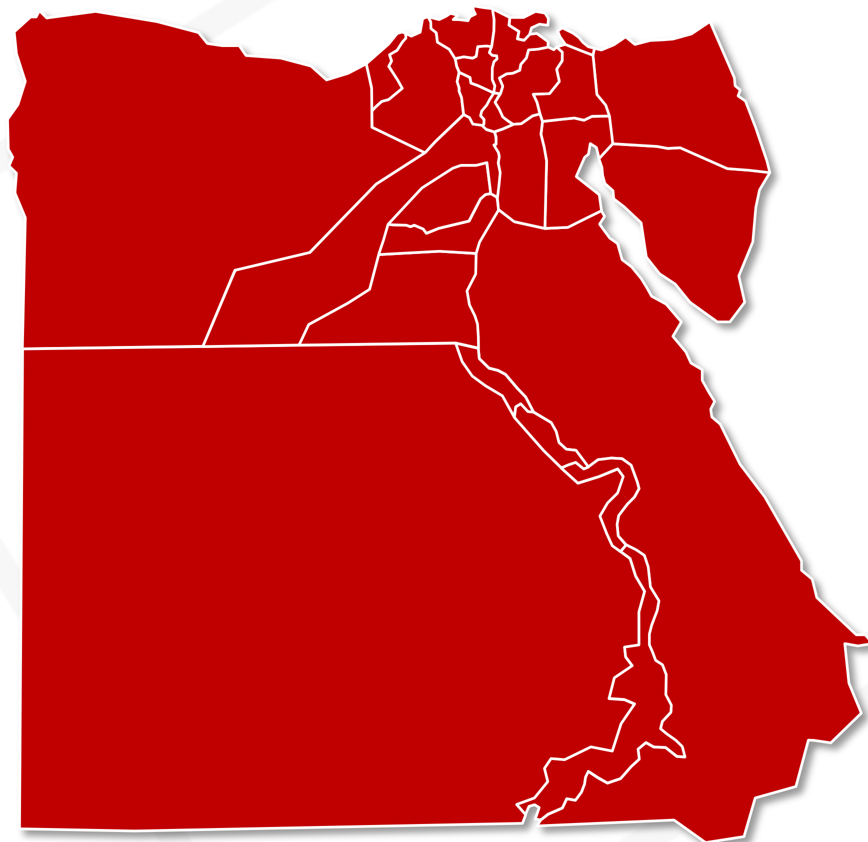
埃及的手游市场呈现以休闲、超休闲游戏主导，硬核游戏蓬勃发展的市场形态，iOS的超休闲流量略微触顶；休闲游戏在双平台均平稳上升；中核游戏在Android平台的下载量略微下降

02

埃及的手游流量大部分来自竞速（如《Dr. Driving》）和跑酷（以《Subway Surfers》为代表）等游戏；但硬核射击-FPS/TPS用户量也十分可观，品类DAU排名第一

03

IAP营收主要由射击-FPS/TPS贡献，MMORPG单个用户价值走高带动IAP营收上升；“卡牌+”类游戏在埃及热度上行，多款游戏位列ARPPU TOP10榜单





GDP：1.43万亿美元



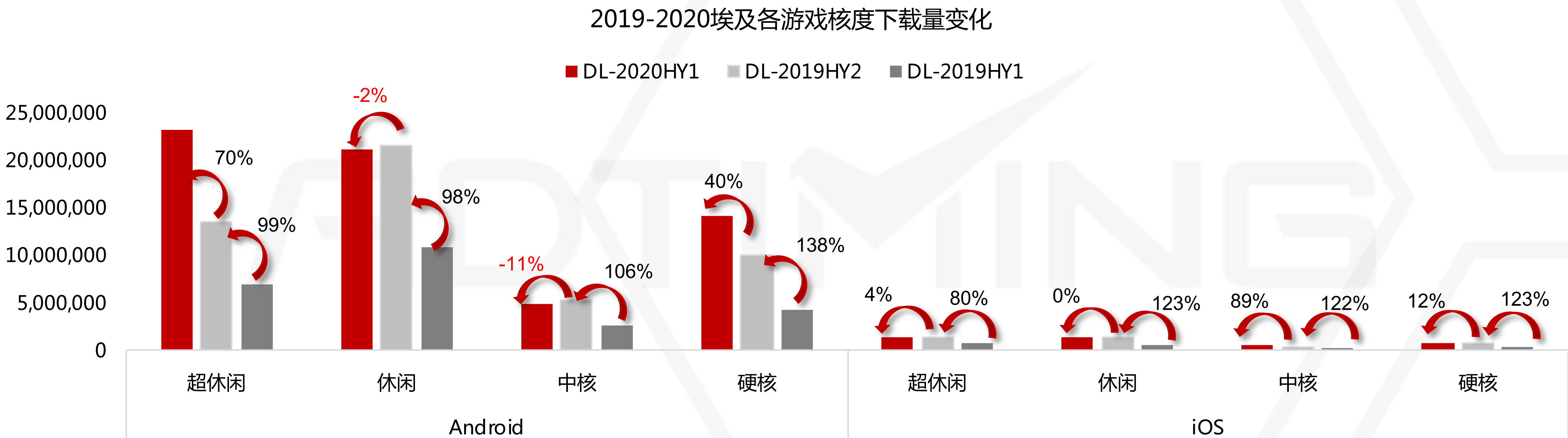
人口：1亿

ADTIMING

超休闲、硬核双平台稳定上涨；休闲、中核在Android平台呈环比降、同比升的态势

BEST TIMING FOR ADS

2020年上半年，埃及的手游市场呈现以休闲、超休闲游戏为主导，硬核游戏蓬勃发展的市场形态。在手游下载量整体攀升的状况下，仅Android平台的休闲游戏和中核游戏环比略微下降（前者下降2%、后者下降11%）。中核游戏在iOS平台增长较快（环比上浮89%，同比增长318%）。

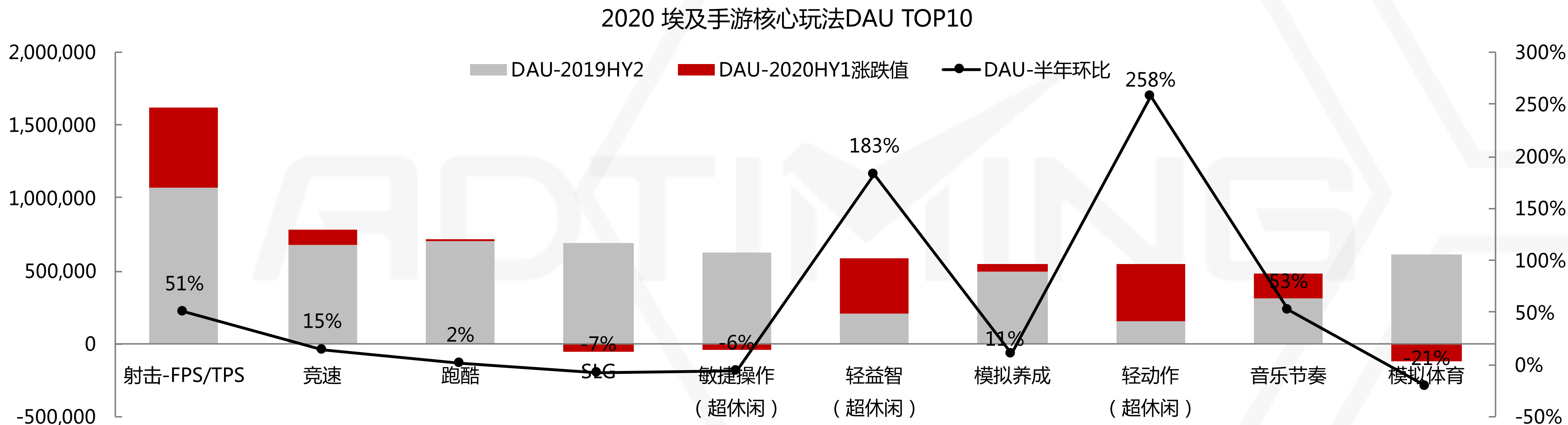


ADTIMING

FPS/TPS类用户量级稳定增长；轻动作、轻益智发展迅猛

BEST TIMING FOR ADS

2020年上半年最受埃及手游用户欢迎的品类为FPS/TPS，此品类用户量级保持绝对优势（以《PUBG MOBILE》和《Sniper 3D》为代表），硬核游戏获客主要来自于此。排名第二的竞速游戏DAU环比上涨15%（以《 Dr. Driving》为代表），排名第三的跑酷类游戏保持稳定增长（2%）。此外，轻动作和轻益智用户量级出现大幅度提升（分别环比上行258%、183%），由于并无游戏上榜Top20，可以见得此类游戏主要以量取胜。



* 分类说明：区别于传统益智解谜游戏，轻益智指的是超休闲游戏领域中的核心玩法，如《Draw Joust!》、《Sand Balls》、《Color Fill 3D》等。同样，轻动作指的也是超休闲领域的核心玩法，如《Kick the Buddy》、《Push ‘em all》等。

ADTIMING

TOP 3保持头部优势，DAU持续走高；《Hunter Assassin》环比增长率遥遥领先

BEST TIMING FOR ADS

Top 3保持头部优势DAU持续走高。

除了上页所述热门游戏以外，《Hunter Assassin》引领轻射击风潮，实现2020年上半年环比上涨1467%。《Candy Crush Saga》在融合品类大势下依旧保持环比28%、同比10%的增长。

Rank	DAU Top20-EGY	Publisher	Game Core	Gameplay	DAU-2020HY1	环比	同比
1	Subway Surfers	SYBO Games	休闲	跑酷	443.21K	3%	1%
2	8 Ball Pool	Miniclip	休闲	休闲运动	357.67K	34%	41%
3	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	302.28K	28%	10%
4	PUBG MOBILE	Tencent Games	硬核	射击-FPS/TPS	295.62K	24%	-5%
5	Sniper 3D	Fun Games For Free	硬核	射击-FPS/TPS	293.08K	11%	19%
6	Dr. Driving	SUD Inc.	休闲	竞速	261.69K	-3%	-12%
7	Hunter Assassin	Ruby Game Studio	休闲	射击-动作射击	256.18K	1467%	-
8	My Talking Angela	Outfit7	休闲	模拟养成	243.14K	7%	9%
9	PUBG MOBILE LITE	Tencent Games	硬核	射击-FPS/TPS	241.11K	11%	-
10	Hill Climb Racing	Fingersoft	休闲	街机动作	219.46K	6%	0%
11	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	196.78K	97%	207%
12	Garena Free Fire	GARENA INTERNATIONAL	硬核	射击-FPS/TPS	193.77K	-1%	-8%
13	Township	Playrix	休闲	模拟经营	191.77K	17%	71%
14	Magic Tiles 3	AMANOTES	休闲	音乐节奏	182.57K	44%	59%
15	Score! Hero	First Touch Games	中核	模拟体育	181.76K	-2%	-3%
16	Lords Mobile	IGG	硬核	SLG	174.98K	-1%	-1%
17	Fun Race 3D	Good Job Games	超休闲	竞速	168.61K	-32%	3946%
18	My Talking Tom 2	Outfit7	休闲	模拟养成	161.03K	16%	4%
19	Traffic Racer	Soner Kara	休闲	竞速	159.93K	9%	-12%
20	Tiles Hop	AMANOTES	超休闲	音乐节奏	155.84K	46%	110%

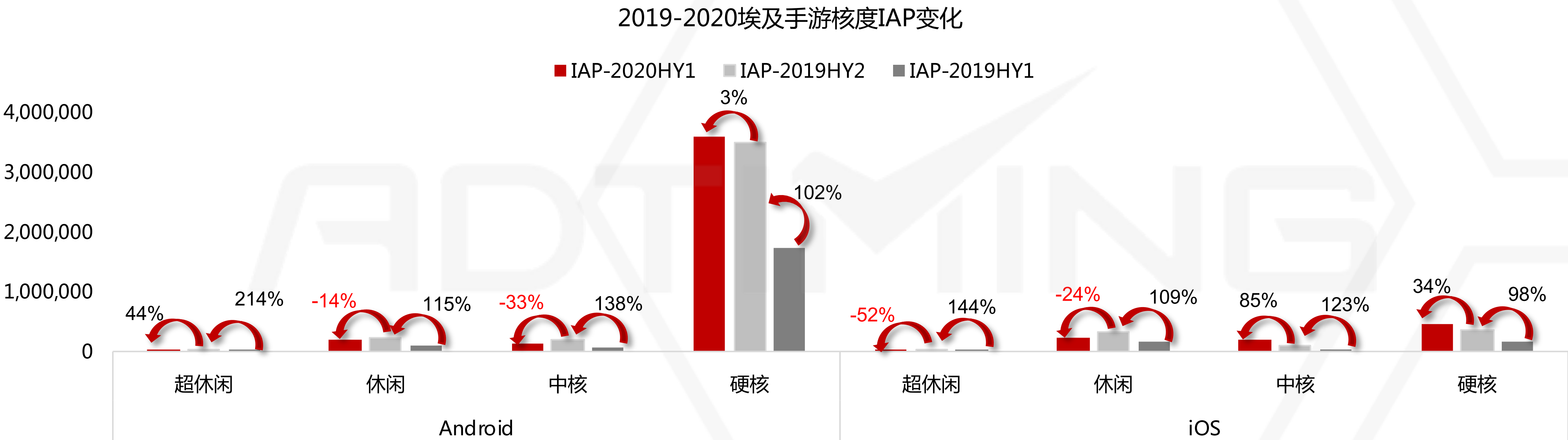
* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

超休闲、休闲游戏IAP触顶；硬核游戏保持其优秀的吸金能力，主战场为Android平台

BEST TIMING FOR ADS

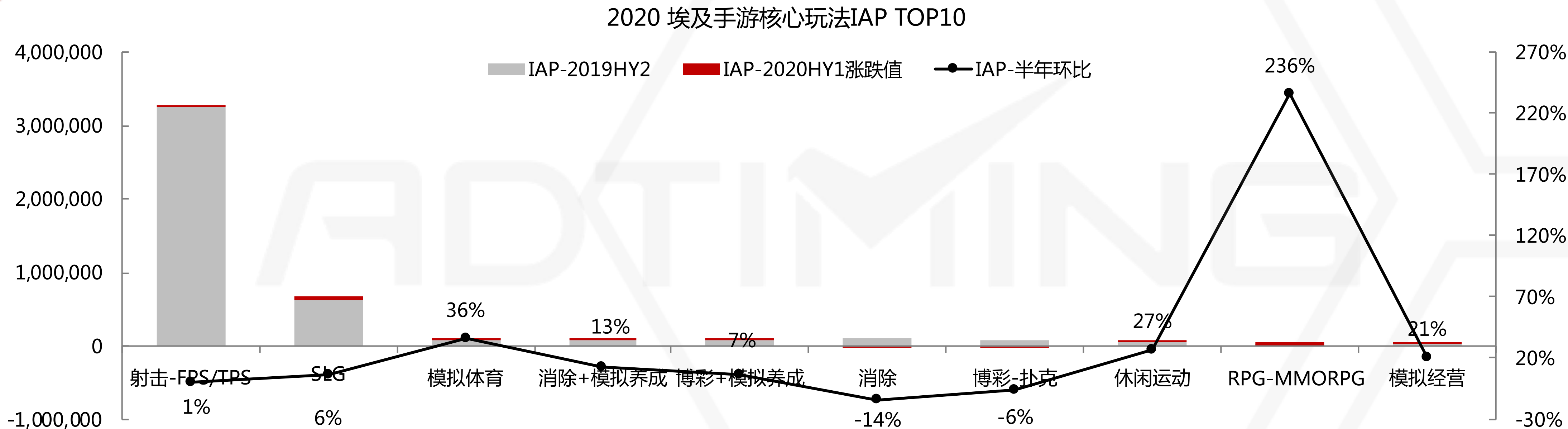
2020年上半年，超休闲、休闲游戏营收呈环比下跌、同比上涨趋势（超休闲在iOS平台环比下降52%、同比上涨18%；休闲游戏在Android平台环比下降14%、同比上升85%，在iOS平台环比下降24%、同比上升58%），一定程度说明这类市场逐渐饱和。硬核游戏为埃及手游营收主力军，且涨势可观（Android平台环比上涨3%、同比上涨109%，iOS平台环比上涨34%、同比上涨164%）。需要注意的是，埃及硬核游戏营收绝大部分来自于Android平台。



ADTIMING

FPS/TPS为埃及手游市场印钞机；MMORPG实现最快增长；融合品类进一步抢占市场

2020年上半年，埃及各品类吸金能力稳定发展，**FPS/TPS盈利能力远高于其它品类**（《PUBG MOBILE》和《Garena Free Fire》均在IAP Top20榜单名列前茅）。**MMORPG依靠2019年下半年新游拿下IAP半年环比增速最快的殊荣**（如《Black Desert Mobile》和《Saga of Sultans》均为2019年上线的头部新游）。在融合品类大盛的背景下，纯消除玩法营收能力每况愈下（如《 Candy Crush Saga》），而 **"消除+"吸金能力蒸蒸日上**（以《Gardenscapes》和《Homescapes》为例）。

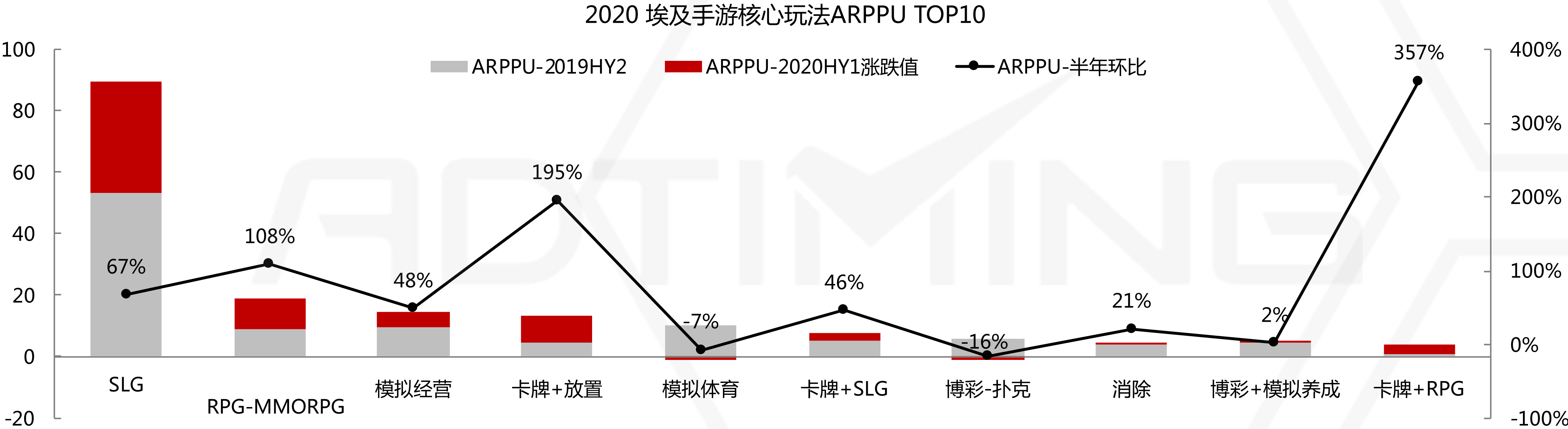


* 单位说明：IAP收入单位为美元（下同）

BEST TIMING FOR ADS
ADTIMING

SLG游戏单个付费用户价值极高；“卡牌+”、“博彩+”等融合品类用户付费意愿稳步增长

埃及延续中东地区特点——SLG游戏ARPPU最高，增长亦稳步提升（以《Rise of Kingdoms》为例）。数据显示，埃及地区“卡牌+”类游戏客户付费意愿突飞猛进，单个用户价值水涨船高（以《剑与远征》和《Saint Seiya Awakening》为代表）。同时，纯扑克玩法用户付费意愿降低（缩水16%），但“博彩+模拟养成”类游戏用户氪金意愿加强（上行2%），侧面证明融合品类的欣欣向荣。



* 单位说明：ARPPU收入单位为美元（下同）

ADTIMING

《PUBG MOBILE》维持绝对的营收优势；中国出海SLG游戏表现亮眼

BEST TIMING FOR ADS

2020年上半年，Top20游戏中有12款处于缩水状态。其中，《Pirate Kings™》、《Clash Royale》由于上线时间较早，营收下跌超30%。

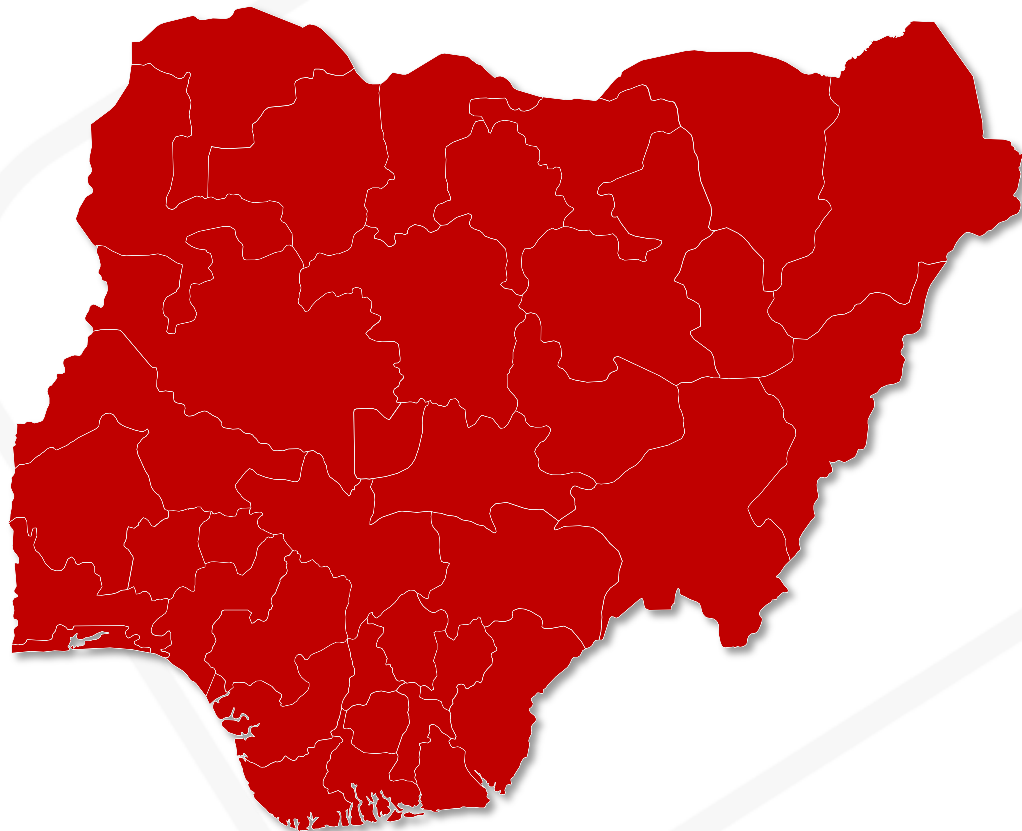
除前页所述游戏外，腾讯的《PUBG MOBILE》的营收值拥有绝对优势。IGG旗下SLG游戏《Lords Mobile》、《Conquerors: Golden Age》是埃及吸金能力极强的SLG游戏。

Rank	IAP Top20-EGY	Publisher	Game Core	Gameplay	IAP-2020HY1	环比	同比
1	PUBG MOBILE	Tencent Games	硬核	射击-FPS/TPS	3.06M	-1%	7%
2	Lords Mobile	IGG	硬核	SLG	139.12K	-12%	9%
3	Garena Free Fire	GARENA INTERNATIONAL	硬核	射击-FPS/TPS	117.49K	69%	153%
4	Rise of Kingdoms	Lilith Games	硬核	SLG	101.27K	186%	376%
5	انتقام السلاطين	ONEMT	硬核	SLG	88.05K	-27%	-61%
6	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	52.26K	-24%	-31%
7	Coin Master	Moon Active	休闲	博彩+模拟养成	48.29K	142%	177%
8	Zynga Poker	Zynga Inc.	休闲	博彩-扑克	47.77K	-7%	2%
9	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	42.02K	42%	152%
10	Invasion: Modern Empire	tap4fun	硬核	SLG	40.55K	-2%	22%
11	Pirate Kings™	Jelly Button Games	休闲	博彩+模拟养成	40.53K	-36%	-40%
12	8 Ball Pool	Miniclip	休闲	休闲运动	40.21K	20%	26%
13	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	37.43K	-15%	8%
14	Mobile Legends: Bang Bang	Moonton	硬核	MOBA	35.64K	-3%	36%
15	Conquerors: Golden Age	IGG	硬核	SLG	34.92K	11%	-14%
16	Call of Duty®	Activision Publishing	硬核	射击-FPS/TPS	34.5K	74%	-
17	Clash of Clans	Supercell	中核	SLG	33.8K	-6%	-1%
18	Roblox	Roblox Corporation	硬核	沙盒	33.79K	47%	53%
19	Fortnite	Epic Games	硬核	射击-FPS/TPS	32.39K	-14%	-32%
20	Clash Royale	Supercell	中核	SLG	31.74K	-30%	-22%

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

尼日利亚



01 尼日利亚呈现以休闲游戏为主导的手游市场形态；除iOS平台的超休闲游戏以外，其它核度环比均为上升趋势；下载量以Android平台的休闲游戏为主

02 手游流量集中在消除和桌游棋牌品类，且消除游戏反超桌游棋牌成为DAU第一；射击-FPS/TPS的用户量也十分可观，增长最快

03 营收主要靠休闲和硬核游戏，以消除和SLG为代表，需要注意的是消除的营收能力虽最强，但整体下跌趋势明显；此外，射击-FPS/TPS也贡献可观的IAP营收



GDP：1.18万亿美元



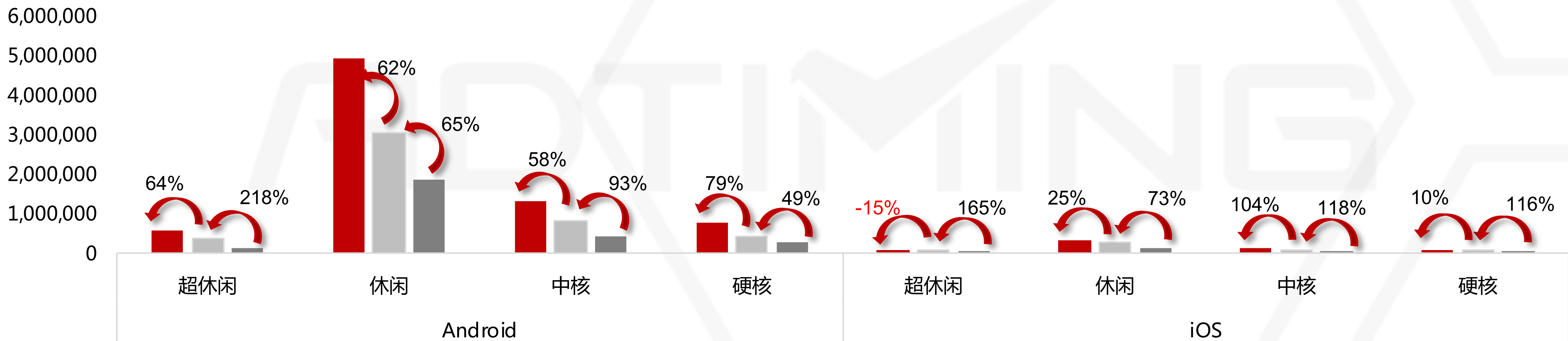
人口：2.06亿

ADTIMING

休闲、中核游戏下载量蒸蒸日上；超休闲、硬核游戏下载量稳步提高

尼日利亚的手游市场呈现以休闲游戏为主导的市场形态。休闲游戏和中核游戏下载量涨势较好（前者在Android平台环比上涨62%、同比上涨167%，在iOS平台环比上升25%、同比上升115%；后者在Android平台环比上涨58%、同比上涨204%，在iOS平台环比上升104%、同比上升345%）。超休闲游戏在iOS平台表现出环比下跌、同比上涨的趋势，一定程度说明超休闲市场流量触顶，进入理性增长阶段。硬核游戏涨势较稳定（Android平台环比上涨79%，iOS平台环比上升10%）。

BEST TIMING FOR ADS



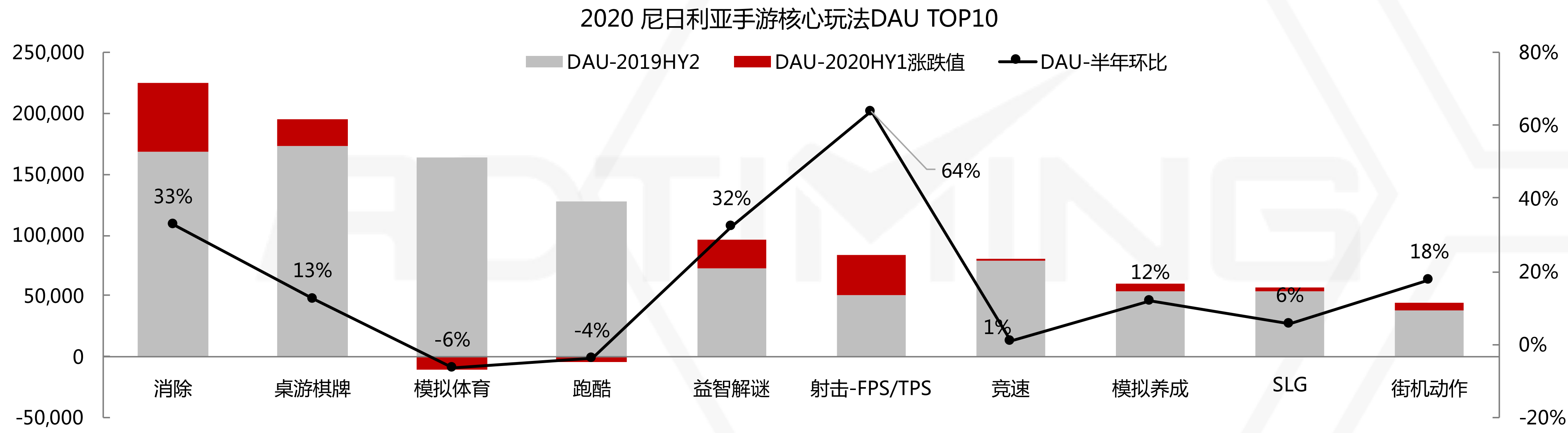
ADTIMING

消除、桌游棋牌在拥有绝对的用户体量优势的基础上旧保持稳定的上涨；FPS/TPS增长较快

2020年上半年在尼日利亚地区DAU Top3的品类为消除、桌游棋牌、模拟体育。休闲游戏获客主要来自于消除（以《Candy Crush Saga》和《Bubble Shooter》为代表）和桌游棋牌（如《Naija Whot》）。模拟体育虽环比下降，但用户基本盘依旧稳定（以《Score! Hero》和2020年新游《Dream League Soccer 2020》为例）。埃及地区用户量增长最快的品类为FPS/TPS（如《Real Commando Secret Mission》）。

BEST TIMING FOR ADS





ADTIMING

TOP3游戏均保持头部优势，不同程度上涨；《Hunter Assassin》增速突出，或成射击类新打法

BEST TIMING FOR ADS

除了上页所述热门游戏以外，《Subway Surfers》作为一款老牌跑酷游戏依旧位列DAU榜前三，且2020年上半年用户体量环比上涨5%。

射击类游戏《Real Commando Secret Mission》接棒《Sniper 3D》，环比涨速极快（188%）。

除FPS/TPS以外，轻度动作射击游戏《Hunter Assassin》也榜上有名，且环比增速一日千里，可达905%。

Rank	DAU Top20-NGA	Publisher	Game Core	Gameplay	DAU-2020HY1	环比	同比
1	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	87.01K	24%	6%
2	Naija Whot	Tonielrosoft	休闲	桌游棋牌	82.23K	9%	56%
3	Subway Surfers	SYBO Games	休闲	跑酷	64.58K	5%	-2%
4	Naija Ludo	Tonielrosoft	休闲	桌游棋牌	64.15K	19%	39%
5	Bubble Shooter	Happy Dragon	休闲	消除	64.13K	28%	64%
6	My Talking Angela	Outfit7	休闲	模拟养成	45.71K	5%	37%
7	Killer Bean Unleashed	Killer Bean Studios	休闲	街机动作	32.6K	-2%	76%
8	Checkers	English Checkers	休闲	桌游棋牌	28.94K	16%	18%
9	Real Commando Secret Mission	GAMEXIS	硬核	射击-FPS/TPS	27.99K	188%	233%
10	Hunter Assassin	Ruby Game Studio	休闲	射击-动作射击	27.47K	905%	-
11	Street Chaser	iGold Technologies	休闲	竞速	26.72K	9%	141%
12	Dream League Soccer 2020	First Touch Games	中核	模拟体育	26.39K	-	-
13	Sniper 3D	Fun Games For Free	硬核	射击-FPS/TPS	25.08K	9%	-38%
14	Score! Hero	First Touch Games	中核	模拟体育	24.7K	22%	21%
15	Brick Game	PerseusGames	休闲	益智解谜	24.14K	-3%	124%
16	Pooking	MOUNTAIN GAME	休闲	休闲运动	23.7K	8%	0%
17	Temple Run 2	Imangi Studios	休闲	跑酷	23.05K	-21%	-32%
18	Candy Crush Soda Saga	King	休闲	消除	22.25K	7%	-8%
19	Fun Race 3D	Good Job Games	超休闲	竞速	21.52K	-11%	12527%
20	Real Football	Gameloft SE	中核	模拟体育	21.21K	-18%	12%

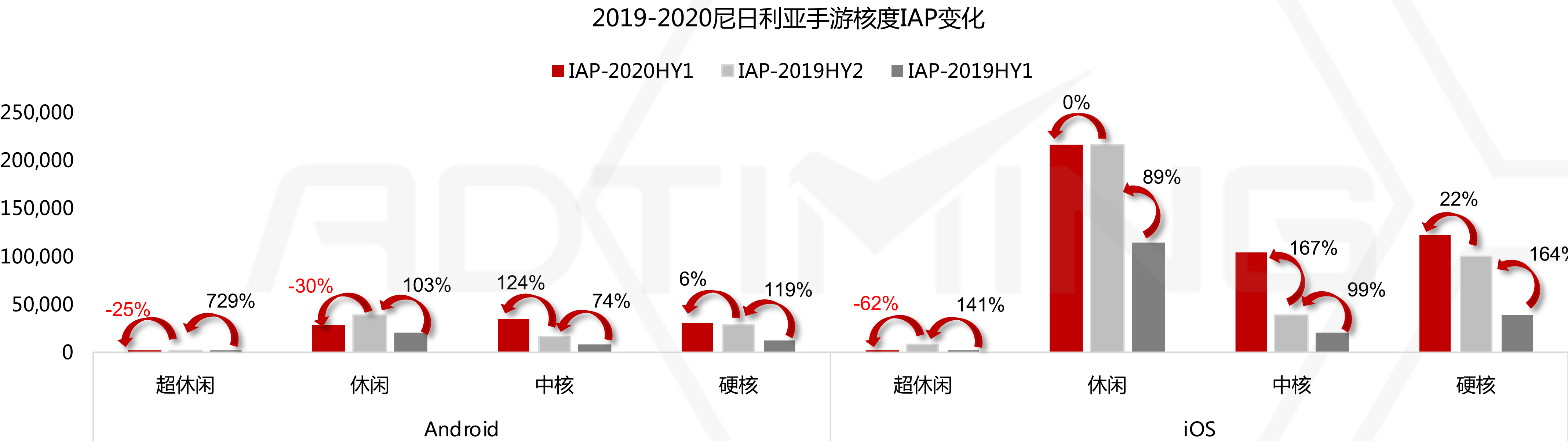
* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

市场营收主要靠休闲和硬核游戏；中核游戏吸金能力突飞猛进；超休闲营收进入理性增长阶段

2020年上半年，手游市场营收以休闲和硬核游戏为主，而增长主要集中在中核游戏（Android平台环比上涨124%，iOS平台环比上升167%）。超休闲游戏相较2019年上半年营收能力下跌（Android平台环比缩水25%，iOS平台环比缩水62%、同比下跌9%），但Android平台同比数据激增，上涨达525%。

BEST TIMING FOR ADS

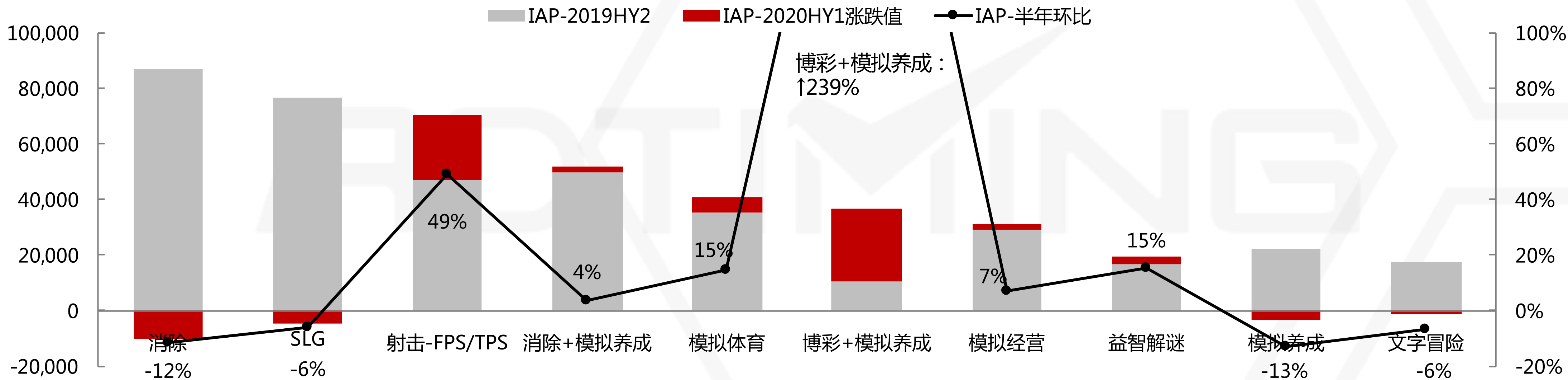


ADTIMING

消除和SLG为手游市场吸金主力，但其已成下跌状况；融合品类缓慢侵占纯玩法市场营收

BEST TIMING FOR ADS

2020年上半年，尼日利亚营收最佳的品类为消除、SLG和FPS/TPS。消除游戏以《Candy Crush Saga》和《Candy Crush Soda Saga》为营收主力，但是可见其营收能力出现12%的环比缩水，同时可见"消除+"维持上涨趋势（以《Gardenscapes》和《Homescapes》为代表游戏）。在融合品类大势所趋之下，"博彩+模拟养成"激增，环比上涨达239%（《Coin Master》为例），且不断侵占纯模拟养成市场营收——数据显示其环比下跌13%（以《Design Home》为代表）。



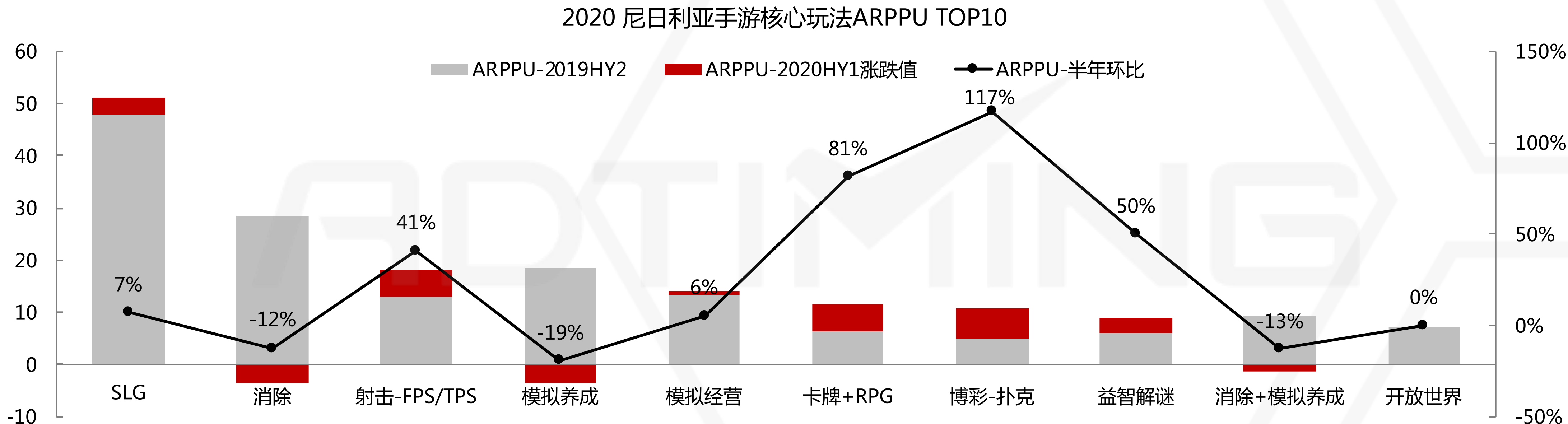
* 单位说明：IAP收入单位为美元（下同）

ADTIMING

SLG用户氪金意愿强烈；扑克靠单品提升ARPPU；消除类游戏用户价值缩水

SLG游戏用户氪金程度最高的同时，客户付费意愿稳步升高。FPS/TPS游戏用户价值愿稳定增长，多款游戏位列ARPPU Top20榜单。博彩-扑克作为2020年上半年ARPPU增长率最高的品类（117%），主要依靠扑克类头部游戏《جواكر: بلوت, طرنيب, هاند وأكثر》（环比上升813%）的ARPPU增长；而消除类游戏ARPPU均下跌（纯消除环比下跌12%，“消除+”环比下跌13%）。

BEST TIMING FOR ADS



* 单位说明：ARPPU收入单位为美元（下同）

ADTIMING

多数头部游戏营收能力走低；新游、融合玩法快速攻城略地

BEST TIMING FOR ADS

2020年上半年，尼日利亚的大部分头部游戏相较2019年下半年在营收上表现出不同程度的下降，多数头部游戏均进入末期。

2019年下半年上线的新游涨势明显，以《Call of Duty》、《Tennis Clash》为代表。

同时，以《Coin Master》、《Gardenscapes》等游戏为代表的融合玩法快速攻城略地。

Rank	IAP Top20-NGA	Publisher	Game Core	Gameplay	IAP-2020HY1	环比	同比
1	Candy Crush Saga	King	休闲	消除	36.86K	-16%	-11%
2	Coin Master	Moon Active	休闲	博彩+模拟养成	36.13K	264%	340%
3	Gardenscapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	21.13K	33%	147%
4	PUBG MOBILE	Tencent Games	硬核	射击-FPS/TPS	21.03K	42%	90%
5	Homescapes	Playrix	中核	消除+模拟养成	18.31K	-16%	-12%
6	Call of Duty®	Activision Publishing	硬核	射击-FPS/TPS	17.3K	246%	-
7	Last Shelter	Long Tech Network	硬核	SLG	16.91K	-34%	96%
8	Fortnite	Epic Games	硬核	射击-FPS/TPS	13.94K	23%	35%
9	8 Ball Pool	Miniclip	休闲	休闲运动	12.13K	-11%	-30%
10	Candy Crush Soda Saga	King	休闲	消除	11.61K	-11%	-9%
11	Top Eleven	Nordeus	中核	模拟体育	11.11K	-25%	-30%
12	Sniper 3D	Fun Games For Free	硬核	射击-FPS/TPS	8.95K	-8%	-18%
13	Episode	Episode Interactive	休闲	文字冒险	8.82K	-10%	-17%
14	Tennis Clash	Wildlife Studios	中核	模拟体育	8.43K	219%	-
15	Clash of Clans	Supercell	中核	SLG	8.38K	-17%	-16%
16	eFootball PES 2020	KONAMI	中核	模拟体育	7.56K	65%	33%
17	Township	Playrix	休闲	模拟经营	7.37K	-15%	14%
18	Design Home	Crowdstar	休闲	模拟养成	7.09K	-7%	-12%
19	Toon Blast	Peak	休闲	消除	7.02K	-40%	-48%
20	King of Avalon	Century Game	硬核	SLG	6.89K	18%	172%

* 特殊说明：有的游戏于2019年下半年发布，所以同比无数据，同理，有的游戏于2020年上半年发布，故环比与同比都无数据，这种特殊情况均在表格中用“-”表示。

ADTIMING

AdTiming Introduction

荣誉&认可

BEST TIMING FOR ADS

MMA
MOBILE MARKETING ASSOCIATION

MMA中国合作伙伴

iab.

iab.合作伙伴

LUMA

LUMA移动应用生态图

AppsFlyer

入选2019年
广告平台综合表现报告

POCKET GAMER MOBILE GAMES AWARDS

移动游戏奖
“最佳广告服务 &
用户获取平台” 提名

36Kr

新商业100年度榜
创新之新奖

MORKETING AWARDS 2018 灵眸奖

Morketing灵眸奖
2018十大价值
出海营销平台

游戏陀螺
YOUXITUOLUO.COM

金茶奖
2017年度
最佳移动游戏服务商

ADTIMING

BEST TIMING FOR ADS

多重
国际安全认证
严格守护数据安全

已获得GDPR（欧洲通用数据保护条例）、COPPA、IAB等多重认证用行动推动数据安全生态建设



行业成长

BEST TIMING FOR ADS

XTiming

游戏开发者出海扶持计划，全方位助力游戏开发者出海



UTiming

互联网广告人才培养计划，通过系统课程培训实现基础入门



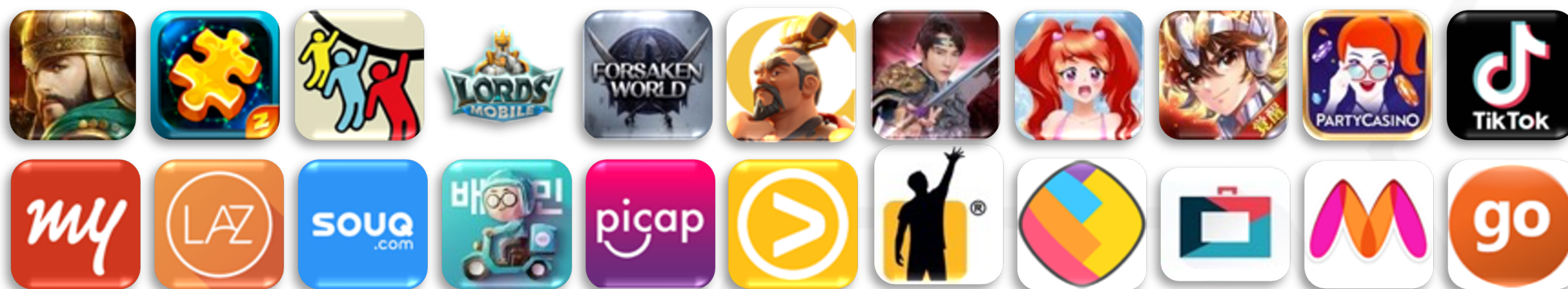
ITiming

行业内容输出项目，分享广告移动营销行业的洞察与故事

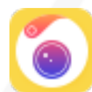


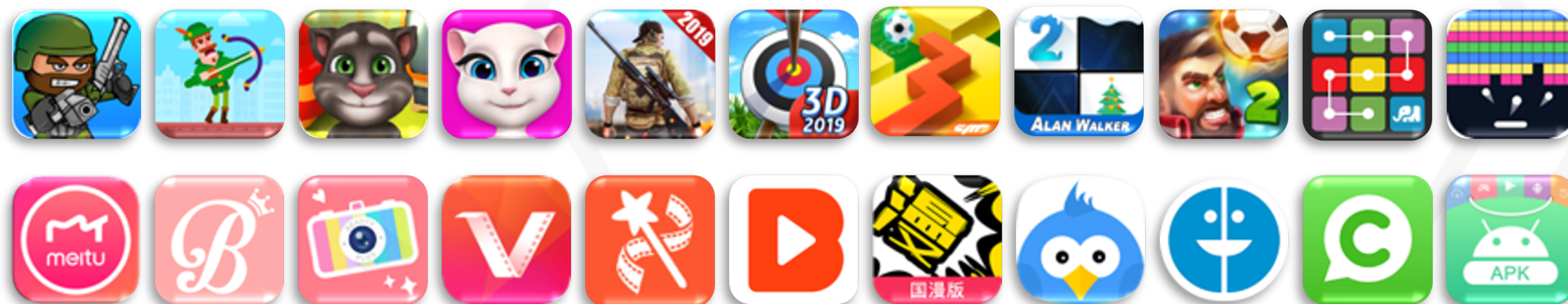
合作伙伴

BEST TIMING FOR ADS



MINICLIP OUTFIT7 cheetahmobile  Joyient

Xiaomi TCL  CAMERA360  INSTANZA iven



核心产品

BEST TIMING FOR ADS



Mediation

聚合主流广告平台、多样化广告形式、支持应用内头部竞价，帮助开发者把握时机轻松实现变现高收益。



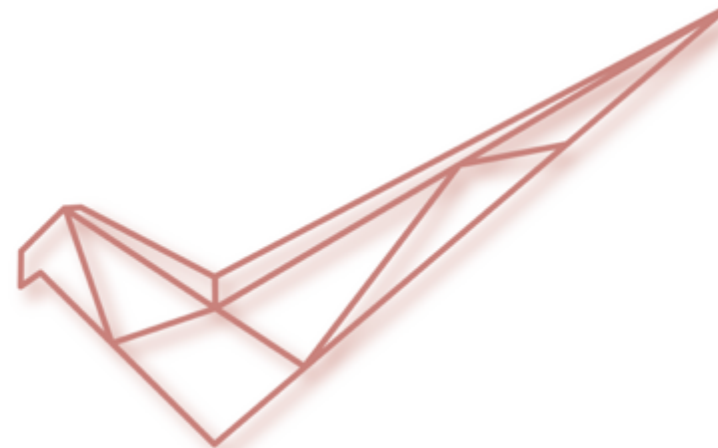
Bidding Ad Network

汇聚全球高价值流量资源、通过头部竞价及人群细分标签体系等帮助广告主成功获取目标用户。

ADTIMING

BEST TIMING FOR ADS

THANK YOU



变现咨询: monetize@adtiming.com
推广咨询: ua@adtiming.com
市场合作: market@adtiming.com
官方网址: www.adtiming.com

ADTIMING
BEST TIMING FOR ADS